

Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды ұлттық зерттеу университеті

ӘОЖ 81`42

Қолжазба құқығында

**КАППАСОВА АЙГЕРИМ ШУГАЕВНА**

**БАҚ-тағы интертекстуалдылықтың типтері және репрезентациясы**

8D02301 – Филология

Философия докторы (PhD)  
дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Ғылыми кеңесші  
ф.ғ.д, профессор Адилова А.С.  
Академик Е.А. Бөкетов атындағы  
Қарағанды ұлттық зерттеу  
университеті  
(Қарағанды, Қазақстан)

Шетелдік ғылыми кеңесші  
PhD, профессор Саваш Шахин.  
Хаджи Байрам Вели университеті  
(Анкара, Түркия)

Қазақстан Республикасы  
Қарағанды, 2025

## МАЗМҰНЫ

НОРМАТИВТІ СІЛТЕМЕЛЕР .....	3
АНЫҚТАМАЛАР .....	4
ҚЫСҚАРТУЛАР .....	5
КІРІСПЕ .....	6
1 БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ТІЛІ ЖӘНЕ ИНТЕРТЕКСТУАЛДЫЛЫҚ МӘСЕЛЕСІ .....	12
1.1 Интертекстуалдылық: қалыптасу және зерттелу тарихы .....	12
1.2 Интертекстуалды элементтер типологиясы: БАҚ-тағы аллюзия мен реминисценция құбылыстары .....	25
1.3 БАҚ тілінің өзіндік сипаты және баспасөз мәтіндерінің зерттелуі .....	39
2 БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ПРЕЦЕДЕНТТІЛІК: ТІЛДІК КӨРІНІСТЕР МЕН МӘДЕНИ КОДТАР .....	49
2.1 Тіл біліміндегі прецедентті құбылыстардың теориялық негіздері .....	49
2.2 Прецедентті мәтін, оның баспасөз беттеріндегі көрінісі мен қызметі .....	60
2.3 БАҚ-тағы прецедентті айтылымның лингвомәдени сипаты .....	83
2.4 Прецедентті символдың семантикалық және прагматикалық аспектілері .....	98
3 ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ АРҚЫЛЫ ПРЕЦЕДЕНТТІ ФЕНОМЕНДЕРДІ АВТОМАТТЫ АНЫҚТАУ ЖӘНЕ СЕМАНТИКАЛЫҚ ИНТЕРПРЕТАЦИЯЛАУ .....	113
3.1 Медиамәтіндердегі универсалды прецедентті феномендер: Python көмегімен іздеу .....	113
3.2 Ұлттық прецедентті феномендердің газет мәтініндегі репрезентациясы .....	134
ҚОРЫТЫНДЫ .....	147
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ: .....	150
ҚОСЫМША А .....	163
ҚОСЫМША Б .....	166
ҚОСЫМША В .....	167

## **НОРМАТИВТІ СІЛТЕМЕЛЕР**

Диссертациялық жұмыста төмендегідей келесі стандарттарға сілтемелер жасалды:

Масс-медиа туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII ҚРЗ

## АНЫҚТАМАЛАР

**БАҚ** – бұл қоғамға жаппай, жүйелі түрде ақпарат тарататын құралдар жиынтығы.

**Интертекстуалдылық** – мәтіннің басқа мәтіндердің элементтерін өзіне енгізу қасиеті.

**Реминисценция** – автордың не оқырманның бұрыннан таныс, оқыған, тыңдаған көрген шығармасының, яғни есінде қалған мәтіндік немесе мағыналық элементтердің санада еріксіз жаңғыруы.

**Аллюзия** – автордың не оқырманның жасырын, ым-ишара арқылы, яғни ашық түрде көрсетпей белгілі бір шығармаға, оқиғаға немесе кейіпкерге сілтеме жасауы.

**Прецеденттілік** – халықтың дүниетанымын, ұлттық құндылықтарын, мәдени жады мен әлеуметтік нормаларды тереңірек түсіндіріп көрсете алатын ерекшелік.

**Прецедентті есім** – белгілі бір ұлттың немесе мәдени қауымдастықтың тілдік санасында тарихи, әдеби, мифологиялық, діни немесе қоғамдық тұрғыдан кең танымал болған тұлғалардың есімі ретінде орныққан және қолданылған кезде сол тұлғамен байланысты тұрақты мәдени-танымдық ассоциацияларды туындататын жалқы есім.

**Прецедентті жағдайлар** – адамның жадында белгілі бір оқиға, оның барысы және оған қатысқан тұлғалар туралы көріністің қалыптасуы.

**Прецедентті айтылымдар** – бұл сөйлеу тілінде қолданылатын, белгілі бір лингво-мәдени қауымдастық мүшелеріне кеңінен таныс және нақты жағдайларда олардың сөзінде қайта пайда бола алатын тілдік бірліктер [1].

«**Прецедентті мәтін** – сөйлеу мен ойлау әрекетінің аяқталған өнімі; предикатты бірлік; күрделі белгі; ПМ ұлттық-лингвомәдени қоғамның кез келген өкіліне таныс» [2].

**Прецедентті символ** – белгілі бір тарихи оқиғаға немесе шынайы өмірде болған нақты жағдайға сүйенетін, ұжымдық сананың мәдени және танымдық деңгейінде орныққан тұрақты ассоциация тудыратын прецедентті феноменнің бір түрі.

**Python** – адамға түсінікті синтаксисі бар, құрылымдық, объектіге бағытталған және функционалды программалау парадигмаларын қолдайтын көпсалалы бағдарламалау тілі.

## ҚЫСҚАРТУЛАР

БАҚ – бұқаралық ақпарат құралдары

ЖА – Жас Алаш

А – Айқын

ҚӘ – Қазақ Әдебиеті

ҚҮ – Қазақ үні

АТ – Ана тілі

ЕҚ – Егемен Қазақстан

ОҚ – Орталық Қазақстан

ФПЕ – фольклорлық прецедентті есім

ПФ – прецедентті феномен

ПМ – прецедентті мәтін

## КІРІСПЕ

**Зерттеу жұмысының жалпы сипаттамасы.** Диссертациялық жұмыс бұқаралық ақпарат құралдарындағы интертекстуалдылық құбылысының көрінісін, қызметін зерттеуге бағытталған. Интертекстуалдылық мәтін түзудегі семантикалық және мәдени-танымдық тәсілдердің бірі ретінде автордың ой-идеясын кеңейтіп, мәтінге қосымша мәдени, тарихи, әдеби мағыналық қабат жүктейді. Бұл құбылыс түпнұсқа мәтінге жасырын немесе ашық түрде жасалған сілтемелер арқылы жүзеге асады, одан әрі мәтіннің мағынасын байытады. Қазіргі әдебиеттану мен тілтану ғылымында интертекстуалдылық тек көркем мәтін шеңберінде ғана емес, публицистика жанрында, медиамәтіндерде, жарнама мәтіндерде, тіпті күнделікті сөйлеу тілінде де кеңінен қолданылатын универсалды категория ретінде бағаланады. Осыған орай, интертекстуалдылықты зерттеу мәтіннің көпқабатты құрылымын, оның мәдени-идеологиялық мазмұнын және автор мен оқырман арасындағы интерпретациялық байланысты терең түсінуге мүмкіндік береді және осы ерекшелікті жан-жақты зерделеу жұмысымыздың негізгі бағытына айналып отыр.

**Зерттеу жұмысының өзектілігі.** Қазіргі заманғы ақпараттық кеңістікте тіл біліміндегі интертекстуалдылық құбылысы ерекше маңызға ие. Адамзат үшін көлемді, сан түрлі ақпаратты қабылдау мен түсінудің жаңа тәсілдері мен әдістері пайда болуда. Осы тұрғыда мәтіндер арасындағы байланыстарды ашып көрсету арқылы интертекстуалдылық бұқаралық ақпарат құралдарында үлкен рөл атқарады. Интертекстуалдылық тек мәтін құрылымындағы көркемдік-стилистикалық тәсіл ретінде ғана емес, сонымен қатар оқырман мен автор арасындағы мәдени-танымдық диалогтың негізі ретінде де қарастырылады. Сонымен қатар, интертекстуалдылық қазіргі медиадискурстың динамикалық табиғатына сай үнемі жаңарып, түрлі жанрлар мен стильдерде бейімделіп қолданылады. Бұл құбылыс тіл мен мәдениет байланысын тереңірек ұғынуға, ұлттық кодтар мен дүниетанымды жаңғыртуға да ықпал етеді. Сәйкесінше, БАҚ-тағы интертекстуалдылық тек лингвистикалық емес, сондай-ақ әлеуметтік-мәдени феномен ретінде де ерекше зерттеуді қажет етеді.

Лингвистикада интертекстуалдылық мәселесі туралы алғашқы зерттеулер Бахтин, Тынянов, Кристева, Женнет еңбектерінен бастау алады. Одан соң орыс ғалымдары Н. А. Фатеева интертекстуалдылықты мәдени естелік ретінде қарастыра отырып, оны автордың шығармашылық стилімен тығыз байланыста зерделейді. А. Д. Васильев көркем дискурстағы интертекстуалдылықты іздеу арқылы мәтіндердің терең мазмұнын түсіндіріп, мәдени және тарихи кодтарды зерттейді. Қазақ тіл білімінде де интертекстуалдылық құбылысы көптеген зерттеушілердің назарында болып, негізінен көркем мәтіндер аясында қарастырылған. А. С. Адилова интертекстуалдылықтың теориялық негіздері, жіктелу түрлері мен қазақ көркем мәтіндеріндегі қолдану ерекшеліктерін жан-жақты талдаған. Б. А. Абдыханова интертекстуалдылықтың прецедентті тілдік бірліктермен құрылымдық байланысын қарастыра отырып, көркем мәтін

дискурсындағы фольклорлық ілкі мәтіндердің қолданылу ерекшеліктерін, атқаратын қызметін және берілу тәсілдерін зерттеген. Прецедентті құбылыстар интертекстуалды байланыстардың, интертекстуалды сілтемелер жасаудың негізі, негізгі маркері ретінде жұмсалады. Прецеденттік құбылыстың теориялық және қолданбалы аспектілерін әртүрлі қырынан қарастырған бірқатар зерттеушілердің еңбектері айрықша назар аудартады. Мәселен, Г. Б. Мәдиева прецедентті есімдерді және оларды мәдениаралық коммуникациядағы лингвомәдени негіздерін, С. Иманбердиева онимдердің құрылымын, онимдерді зерттеудің функционалды-прагматикалық бағытын зерттеген. Е. А. Журавлева, Ж. А. Капарова қазақстандық мерзімді баспасөз материалдары негізінде орыс тіліндегі прецеденттік мәтіндердің қызметін сипаттауға бағытталған сараптамалық жұмыс жүргізген. Сонымен қатар, Г. Қ. Ихсанғалиева газет мақалаларының тақырыптарында кездесетін прецедентті феномендердің құрылымдық және семантикалық ерекшеліктеріне назар аударған. Ал біз өз тарапымыздан қазақ тілді басылым беттеріндегі интертекстуалдылық құбылысының көріністеріне арнайы тоқталдық. Зерттеу барысында интертекстуалдылықтың негізгі типтері ретінде аллюзия мен реминисценцияның мәтінде көрініс беру ерекшеліктері анықталды. Сонымен қатар прецедентті феномендердің лингвомәдени сипаты мен олардың БАҚ контексіндегі коммуникативтік қызметі айқындалды. Аталған феномендердің прагматикалық әлеуеті, яғни олардың авторлық интенцияны жеткізу, оқырман санасында белгілі бір мәдени кодтарды белсендіру және мағынаны көпқабатты ету мүмкіндігіне баса назар аударылды. Олардың жастар танымындағы қабылдану деңгейі сараланды. Сонымен қатар, интертекстуалдылықтың ұлттық дүниетаным мен мәдени жадыны трансляциялаудағы рөлі де талдау объектісі болды. Бұл зерттеулер қазақ тіліндегі прецеденттік феномендерді тану мен сипаттаудағы ғылыми бағыттардың аясын кеңейтеді.

Қазіргі таңда адамзат үшін әсер ету құралының бірі – БАҚ билігі. Газет беттеріндегі, ғаламтор желісіндегі мәтіндердің негізгі қызметтері – оқырманға ақпарат жеткізе отырып, санада негізгі ойды қалыптастыру. Ал осы қызметті публицистикалық мәтін жан-жақты атқарады. Ол тек ақпаратты беріп қана қоймай, сол айтылған хабарды дұрыс жеткізудің көзі, негізі бола біледі. Яғни публицистикалық мәтіннің лексикасы, грамматикасы, ондағы фразеологиялық тіркестер, аллюзия, реминисценция, перифраз, цитата, прецеденттік феномендер ақпаратты жеткізудегі ерекшелік, өзгешелік болып табылады. Мұндай құбылыстарды қолдану арқылы газет мәтіні мәдени, тарихи тұрғыдан бір саты жоғары деңгейге көтеріледі. Осындай ерекшеліктерді ескере отырып, зерттеу жұмысымызда баспасөз мәтіндеріндегі интертекстуалдылық құбылысына, негізгі маркері прецедентті феномендер, оның қызметтік, семантикалық және мәдени-танымдық аспектілеріне тоқталуымыз тақырыптың өзектілігін көрсетеді.

**Зерттеу жұмысының мақсаты** – бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) мәтіндеріндегі интертекстуалды элементтердің қолданылу ерекшеліктерін жан-жақты талдау, сондай-ақ газет тілінде кездесетін прецедентті құбылыстардың

қызметін айқындау және олардың оқырман тарапынан қабылдану деңгейін эмпирикалық негізде сараптау.

Осы мақсатқа сай мынадай міндеттерді шешу көзделеді:

- Интертекстуалдылық феноменіне қатысты отандық және шетелдік лингвистикада қалыптасқан теориялық тұжырымдар мен ұғымдық модельдерді салыстырмалы талдау арқылы ғылыми негізін айқындау;

- БАҚ мәтіндеріндегі интертекстуалды байланыстардың құрылымдық, прагматикалық ерекшеліктерін анықтау;

- Қазақ тілді баспасөз материалдарында интертекстуалдылық құбылысының көрініс беру формаларын сипаттау және оның ұлттық мәдениетпен өзара байланысын көрсету;

- Интертекстуалдылықтың негізгі маркерлерінің бірі саналатын прецедентті элементтердің қолданылу мақсаты мен коммуникативтік-функционалдық жүктемесін анықтау;

- Медиамәтіндердегі прецедентті құбылыстардың ұлттық дүниетаным мен мәдени жадыны трансляциялау контекстіндегі маңызын зерделеу;

- Эмпирикалық зерттеу арқылы оқырманның прецедентті феномендерді қабылдау әрі әсер ету ерекшеліктерін сараптау;

- Python бағдарламалау тілі негізінде арнайы кітапханалар (мысалы, pandas, re, nltk, spacy) көмегімен прецедентті феномендердің лингвомәдени базасын құрастыру және оларды автоматты түрде тану алгоритмдерін әзірлеу.

**Зерттеу жұмысының нысаны** – қазақ тілді бұқаралық ақпарат құралдарындағы мәтіндер.

**Зерттеу пәні** – бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін интертекстуалды элементтер.

**Зерттеу әдіс-тәсілдері.** Диссертациялық жұмыста кешенді зерттеу әдісі жүзеге асырылып жүйелі түрде қолданылды. Атап айтқанда, БАҚ мәтіндерін лингвомәдени тұрғыдан талдау, семантикалық-интерпретациялық әдістер, контекстік талдау, сондай-ақ прецедентті мәтіндердің қолданыс аясын айқындауға бағытталған салыстырмалы, сипаттамалы және саралау әдістері кеңінен пайдаланылды. Зерттеудің негізгі ғылыми нәтижелері БАҚ мәтіндеріне жасалған мазмұндық және құрылымдық талдау негізінде қалыптасты. Прецедентті феномендердің жастар танымында қабылдануын анықтау мақсатында қазақ тілді және орыс тілді 18-21 жас шамасы аралығындағы филология және математика факультетінің студенттеріне сауалнама жүргізілді, сауалнамаға 234 студент қатысты.

Диссертациялық жұмыста зерттеу тәсілі ретінде Google Forms сауалнамасы мен Python бағдарламасы қолданылды.

**Зерттеу жұмысының дереккөздері.** 2010-2025 жылдар аралығында жарық көрген «Жас Алаш», «Егемен Қазақстан». «Орталық Қазақстан», «Ана тілі», «Айқын», «Қазақ үні», «Қазақ әдебиеті» сияқты мерзімді басылымдар беттеріндегі және <https://abai.kz>., <https://baq.kz>., <https://massaget.kz>., <https://adebiportal.kz>. сайтындағы материалдар дереккөз ретінде пайдаланылды.

Жұмыс жазу барысында 400 мақала мәтіні қаралды. 70 прецедентті феномендердің (ұлттық 35, универсалды 35) тілдік сипаттамасы жасалды.

**Зерттеу жұмысының жаңалығы.** Зерттеу жұмысындағы негізгі жаңалықтар төмендегідей:

- Қазақ тілді бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндеріндегі интертекстуалдылық құбылысы алғаш рет кешенді және жүйелі лингвистикалық талдау нысанына айналды. Зерттеу барысында интертекстуалды құрылымдардың негізгі түрлері – аллюзия, реминисценция, цитата, сондай-ақ прецедентті құбылыстардың репрезентация үлгілері нақты тілдік материалдар негізінде сипатталып, олардың мәтіндік қызметі мен прагматикалық мүмкіндіктері айқындалды.

- Интертекстуалдылық, прецеденттілік құбылыстары қазақ тілді баспасөз кеңістігінде лингвомәдени және прагматикалық аспектілер тұрғысынан қарастырылды. Бұл арқылы медиамәтіндегі мағына түзілуінің ұлттық-мәдени ерекшеліктері ашылды.

- Газет мәтіндерінде кездесетін прецедентті феномендердің ұлттық кодты танытудағы қызметі мен прагматикалық әлеуеті эмпирикалық негізде дәлелденді. Автор оқырман қабылдауын саралау арқылы олардың мәдени ассоциацияларды белсендіру қызметін көрсетті.

- Қазақ лингвистикасында алғаш рет медиамәтіндерде интертекстуалды бірліктердің қызметін автоматты түрде тануға арналған прецедентті феномендер базасы Python бағдарламасы арқылы құрылып, қолданбалы модель ұсынылды. Python – мәтіндерді өңдеуге және талдауға ыңғайлы, кең таралған бағдарламалау тілі. Бұл аспект жұмыстың пәнаралық сипатын және практикалық маңызын арттырады.

- Қазақ тіліндегі прецедентті бірліктердің типологиясы ұсынылып, оларды функционалдық-когнитивтік тұрғыда жіктеу негіздері жасалды.

- Диссертациялық жұмыста қазіргі медиалингвистика мен лингвомәдениеттану салаларындағы ұғымдық базаны кеңейтуге бағытталған маңызды теориялық қадам ретінде «прецедентті символ» термині ұсынылды.

- Зерттеу барысында ағылшын, орыс және қазақ тілдеріндегі 70 универсалды және ұлттық прецедентті құбылыстарға кешенді сипаттама берілді. Әрбір прецедентті феноменнің мәдени маңызы, тарихи-мәдени трансформациясы, референттік сипаты, символикалық мазмұны, қолданыс аясы мен прагматикалық функциялары, сондай-ақ олармен байланысты семантикалық ассоциациялар жүйесі талданып, лингвомәдени тұрғыдан жүйеленді. Осы арқылы аталған феномендердің мәдени дискурстағы орны мен интертекстуалдылық механизмі аясындағы қызметі жан-жақты сипатталды.

**Зерттеу жұмысының ғылыми, теориялық және әдіснамалық негізі.** Зерттеу жұмысында интертекстуалдылыққа қатысты (М. М. Бахтин, Р. Барт, Ю. Кристева, Ю. Тынянов, Ж. Женетт, Н. Пьеге-Гро, Н. А. Кузьмина, Н. А. Фатеева, Г. В. Денисова, В. П. Москвин, С. Г. Воркачев, Л. А. Шестак, Е. А. Земская, В. Г. Костоморов, Т. Л. Солганик, М. В. Саблина, О. В. Фокина, А. С. Әділова, Б. А. Абдыханова), прецеденттілік феномен теориясы бойынша

(Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, Ю. Н. Караулов, В. В. Красных, С. Л. Кушнерук, Г. Г. Слышкин, Д. В. Багаева, А. Д. Васильев, Е. А. Нахимова, Э. М. Аникина, О. А. Ворожцова, Y. Velykoroda, Е. А. Журавлева, Ж. Д. Капарова, В. В. Джанаева, Ж. Д. Маликова, Г. Г. Мәдиева, С. К. Иманбердиева, Г. Қ. Ихсанғалиева, Қ. Қ. Рысберген) қарастырған зерттеушілердің теориялық еңбектері мен тұжырымдары басшылыққа алынды.

**Зерттеу жұмысының теориялық маңызы.** Зерттеу барысында қарастырылған мәселелер мен алынған нәтижелерді мәтін лингвистикасы, прагмалингвистика және лингвомәдениеттану, лингвофольклортану салаларындағы ғылыми ізденістерді теориялық тұрғыдан тереңдетіп, толықтыру мақсатында пайдалануға болады. Бұл тұжырымдар аталған бағыттарда жүргізілетін болашақ зерттеулерге негіз бола отырып, интертекстуалдылық пен прецеденттілік құбылыстарын талдаудың жаңа әдіснамалық қырларын ұсынуға мүмкіндік береді деген пікірдеміз.

**Зерттеу жұмысының практикалық мәні.** Зерттеу жұмысының нәтижелерін «Интертекстуалдылық теориясы», «Прецеденттілік құбылысы», «Медиалингвистика», «Баспасөз тілі», «Қазіргі публицистика тілі», «Қазіргі мәтін теориясы», «Лингвомәдениеттану», «Лингвофольклортану», «Тіл мәдениеті» сияқты арнайы курстар мен оқу құралдарын жазуға, оқу-әдістемелік кешендер құрастыруға пайдалануға болады.

**Зерттеу жұмысының қорғауға ұсынылатын тұжырымдары.** Зерттеу жұмысының жаңалықтарына байланысты қорғауға төмендегідей тұжырымдар ұсынылады:

1) Интертекстуалдылық дегеніміз – мәтіннің басқа мәтіндердің элементтерін өзіне енгізу қасиеті. Интертекстуалдылық қазіргі медиамәтін құрылымының маңызды когнитивтік және прагматикалық құраушысы ретінде танылады. Бұл құбылыс БАҚ дискурсында автор мен оқырман арасындағы мәдени-кодтық байланысты нығайтып, ақпаратты ықпалды жеткізуге қызмет етеді.

2) Басылым беттерінде интертекстуалды элементтердің ішінде аллюзия мен реминисценция түрлері көп кездеседі. Олар мәтінге қосымша семантикалық қабаттар енгізіп, оған мағыналық тереңдік пен экспрессивтік реңк береді. Танымал әдеби немесе мәдени шығармаларға жанама түрде сілтеме жасау арқылы автор негізгі мәтіннің әсерін күшейтіп, оқырман санасында жаңа интерпретациялық модельдердің қалыптасуына ықпал етеді. Мұндай интертекстуалды элементтер әсіресе саяси дискурс аясындағы мәтіндерде жиі қолданылады.

3) Прецедентті құбылыстар интертекстуалды байланыстардың, интертекстуалды сілтемелер жасаудың негізі ретінде жұмсалады. Олар кең аудиторияға таныс мәдени-когнитивтік мазмұнды иеленген цитаталардың, тұспалдаулардың қайнар көзіне айналып, мәтінге қосымша семантикалық қабаттар енгізу арқылы оның мағыналық құрылымын байытады. Мұндай интертекстуалды элементтер мәдени жадыда орныққан білімдер жүйесін белсендіре отырып, мәтіннің прагматикалық әсерін арттырады.

4) Прецеденттілік – әр ұлттың санасында жатталып орныққан, ерекше символдық мәнге ие болған мәдени жадының көрінісі, уақыт өте өзгеріп отыратын, кейде өзектілігін, маңыздылығын жоғалтып, ал бір кездері қайта жаңғырып отыратын феномендер. Прецедентті феномендер баспа мәтіндерінің тақырыпаттарында, газет дискурсында және түрлі веб-платформаларда (сайттарда) жиі қолданыс табады. Бұл бірліктер мәтін құрылымына ұлттық мазмұнды, мәдени кодтарды, негізгі құндылықтарды және ұлттық сананың көріністерін шоғырландырып, оларды ықшам әрі әсерлі түрде жеткізуге мүмкіндік береді.

5) Прецедентті символ – бұл белгілі бір тарихи шындыққа, өмірде орын алған нақты оқиғаға негізделген, ұжымдық санада тұрақты мәдени-танымдық ассоциация қалыптастыратын және медиадискурста прагматикалық мақсатта жиі қолданылатын прецедентті феноменнің ерекше түрі. Бұл символ типі белгілі бір мәдени кодтың тасымалдаушысы ретінде қызмет етеді және өзінің семантикалық күрделілігімен, көпқабатты мағына беру қабілетімен ерекшеленеді.

6) Прецедентті феноменнің мәдени маңызы, тарихи-мәдени трансформациясы, референттік сипаты, символикалық мазмұны, қолданыс аясы мен прагматикалық функциялары, сондай-ақ олармен байланысты семантикалық ассоциациялар жүйесі болады. Бұл ерекшеліктер прецедентті феноменнің өзіндік қасиетін, табиғатын, сипатын аша түседі.

**Зерттеу жұмысының жариялануы мен мақұлдануы.** Зерттеу жұмысының нәтижелері мен қорытындылары бойынша отандық және шетелдік басылымдарда, халықаралық ғылыми-практикалық конференцияларда 10 мақала жарық көрді. Оның ішінде Scopus халықаралық мәліметтер базасындағы журналда – 2, ҚР ҒЖБМ Ғылым және жоғары білім саласында сапаны қамтамасыз ету комитеті бекіткен тізімдегі журналдарда – 5, халықаралық конференция жинақтарында – 3 мақала (шетелдік – 2, отандық – 1) жарияланды.

**Зерттеу жұмысының құрылымы.** Диссертациялық жұмыс анықтамадан, белгілеулер мен қысқартулардан, кіріспеден, үш бөлімнен, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиеттер тізімінен, қосымшадан тұрады.

# 1 БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ТІЛІ ЖӘНЕ ИНТЕРТЕКСТУАЛДЫЛЫҚ МӘСЕЛЕСІ

## 1.1 Интертекстуалдылық: қалыптасу және зерттелу тарихы

Бүгінгі филология ғылымында кең көлемде зерттеліп жатқан өзекті мәселелердің бірі – көркем мәтіннің вербалды құрылымы мен оның құрамдас элементтерінің бірі интертекстуалдылық құбылысы. Интертекстуалдылық – мәтін ішінде ашық не астарлы түрде берілетін, оқырман санасында белгілі бір ассоциациялар тудыратын мәтін түзуші құрылым. «Интертекстуалдылық» ұғымы ғылыми айналымға ХХ ғасырдың екінші жартысында еніп, алғашқыда шетелдік зерттеушілердің еңбектерінде қарастырылған.

Интертекстуалдылық теориясының өзіндік қалыптасу және даму тарихы бар. Ғылыми ортада бұл теорияның бастауы, ары қарай дамуы Фердинанд де Соссюрдің анаграммалар теориясы, Юрий Тыняновтың мәтінге қатысты теориялық көзқарастары және Михаил Бахтиннің диалогтық теориясының негізінде жатыр деген пікірлер қалыптасқан. Ю. Тынянов ең алдымен әдеби шығармалардың динамикалық сипаты мен әдеби жүйені жан-жақты қарастырған ғалым. Осы үдерістің интертекстуалдылық құбылысы ретінде пародия элементін зерттеді. Ол туралы өзі былай дейді: «Пародияның мәні белгілі бір әдісті механикалық түрде қайталауда жатыр және бұл қайталау тек сол әдіс алдын ала танылған жағдайда ғана сезіледі. Осылайша, пародия екі міндетті қатар орындайды: әдісті механикалық сипатқа көшіреді және оны жаңа материалмен үйлестіре отырып ұйымдастырады, бұл жағдайда жаңа материал болып механизм ретінде қолданылған ескі әдіс қарастырылады» [3].

Интертекстуалдылық ұғымы Ф. де Соссюр еңбектерінде анаграмма жөніндегі зерттеу жұмыстары арқылы алғаш танылды. «Себебі бұл зерттеулерінде ғалым көне индо-европа поэзиясына тән ерекше қағиданы байқағанын жазады, яғни шығармалардағы мағыналық ұйытқы сөздің дыбыс құрамы мәтіндегі басқа сөздердің дыбыстық құрамында белгілі бір тәртіппен орналасатынын дәлелдейді» [4]. Ғалымның осындай тіл құрылымы, таңбалық жүйе туралы жазған ойлары кейіннен Ю. Кристева сынды зерттеушілердің «интертекстуалдылық» теориясын, концепциясын қалыптастыруға көмегін тигізді. «Интертекстуалдылық» термині 1960-жылдары алғаш рет француз ғалымы Юлия Кристева тарапынан «Бахтин, слова, диалог и роман» мақаласы арқылы ғылымға енгізілді. Сол уақыттан бері лингвистика, әдебиеттану және мәдениеттану салаларында негізгі тұжырымдамалардың біріне айналды. Зерттеуші Кристева интертекстуалдылық теориясын Бахтиннің диалогизм идеяларына сүйене отырып дамытты. Сөйтіп мәтіндердің өзара әрекеттесуі жайлы жаңа түсініктердің қалыптасуына жол ашты. Ю. Кристева интертекстуалдылық жөнінде мынадай қағиданы ұсынады: «Мәтін – дискурстардың тоғысатын кеңістігі. Ғалымның пікірінше, мәтін жабық әрі тәуелсіз бірлік емес. Ол басқа мәтіндердің контекстінде жүреді және олармен үздіксіз диалог жүргізіп отырады. Яғни әрбір мәтін басқа бір мәтінге сілтеме жасайды» [5].

Интертекстуалдылық мәселесіне арналған зерттеулер қазіргі мәтіндер кеңістігін қамти отырып, әдеби және тілдік тұрғыдан жан-жақты қарастырылып келеді деп айтуға болады. Мысалы шетелдік зерттеулерде интертекстуалдылық мәселесі әдебиет пен мәдениетті түсіну үшін басты шешуші элемент ретінде қарастырылды. Структурализм, постструктурализм, постколониализм, марксизм, феминизм және психоаналитикалық теориямен байланыста зерттелді [6]. Интертекстуалдылық мәселесін тереңірек зерттеуге мүмкіндік берген фольклорлық ізденістер одан әрі ерекше, жаңа көзқарастардың тууына, қалыптасуына себеп болды [7]. Осы орайда гипертекстуалдылық терминін қолданған Ж. Женеттің еңбегіне де арнайы назар аудару орынды. Ж. Женетт интертекстуалдылық мәселесін жан-жақты зерттеп, әрі қарай дамытқан ғалым. Ол мәтінаралық байланыстың интертекстуалдылық, гипертекстуалдылық, паратекстуалдылық, метатекстуалдылық және архитекстуалдылық деген категорияларын жіктеп береді. Қысқаша жеке-жеке тоқталсақ:

1. Интертекстуалдылық. Ю. Кристеваның зерттеулерімен байланысты бұл концепцияны Ж. Женетт құрылымдық тұрғыдан қарастырған болатын. Женеттің тұжырымдамасында интертекстуалдылық бір мәтіннің басқа бір мәтінге сілтеме жасауы, цитаталарды, аллюзияларды қолдануы арқылы көрініс табатын құбылыс ретінде қарастырылды.

2. Ғалымның айтуынша, гипертекстуалдылық түрі дегеніміз белгілі бір мәтіннің келесі бір басқа мәтінге байланысты болуы, соған негізделуі. Мұнда автор кез келген мәтіннің гипермәтін бола алатынын айтады. Бастапқы мәтін «гипотекст» қайтадан өңделіп, стилистикалық, тақырыптық элементтерді сақтап «гипертекст» болады. Ж. Женетт гипертекстуалдылықты екі негізгі формада қарастырады. Оның бірі трансформация – негізгі мәтіннің жасалған жаңа мәтінде өзгертіліп келуі. Бұған автор пародияны жатқызады. Екіншісі – имитация, мұнда бастапқы мәтін қайта өңделмей, оның стилі немесе құрылымы қайталанады.

3. Зерттеуші паратекстуалдылық категориясының атау, эпиграф, соңғы сөз, түсініктемелер, аннотация сияқты қосымша ақпарат беретін элементтерді қамтитынын көрсетеді. Аталған компоненттер берілген мәтіннің оқырман санасында қабылдануына, мәтінді түсінуіне көмектеседі. Мәтін туралы ең алғашқы әсерді қалыптастырады.

4. Метатекстуалдылық. Көбінесе әдеби сынға, аналитикалық шығармаларға қатысты. Яғни бір мәтіннің басқа мәтінге түсініктеме беруі, талдауы, баға беруі, сынауы. Осындай мақсатта қолданылатын категория.

5. Ғалым мәтінаралық байланыстың архитекстуалдылық категориясын мәтінді белгілі бір әдеби жанрға жатқызуға мүмкіндік беретін, шығарманың жанрлық кодтарын тануға көмектесетін, формалық ерекшеліктері арқылы басқа мәтіндермен байланысын көрсететін түрі ретінде алады [8].

Ал француз ғалымы Н. Пьеге-Гроның «Introduction a l'Intertextualite» («Введение в теорию интертекстуальности») деген жинағы мәтін, мәтінаралық байланысты қарастырған барлық ғалымдардың зерттеулеріне кеңінен шолу

жасаған, интертекстуалдылық ұғымын терең талдаған құнды еңбек. Кітап 3 тараудан тұрады:

1. Интертекстуалдылықтың тарихы мен теориялары. Автор интертекстуалдылық ұғымының эволюциясын талдайды, соның ішінде Михаил Бахтин, Юлия Кристева, Жерар Женетт, Р. Барт, М. Риффатер сынды көрнекті ғалымдардың көзқарастары жеке-жеке сөз болған. Бұл тарауда интертекстуалдылықтың қазіргі әдебиеттанудағы трансформациясы мен оның мәтін талдаудағы рөлі, қызметі ерекше назарға алынған.

2. Интертекстуалдылықтың типологиясы. Ғалым кітаптың келесі тарауында интертекстуалдық құбылыстарының әртүрлі формаларын көрсетіп, оларды цитаталар, аллюзиялар, плагиат, стильдеу, пародиялар және қайта жазулар деп жіктеп береді. Бұл элементтердің мәтіндермен байланысын, қалай әрекеттесіп мағыналарының қаншалықты өзгеретініне назар аударады.

3. Интертекстуалдылық поэтикасы. Бұл бөлімде зерттеуші интертекстуалдылықтың мәтінді қабылдау мен интерпретациялауға қалай әсер ететінін талдайды. Автор оқырманның интерпретатор ретіндегі рөлін қарайды.

Байқағанымыздай ғалым кітабында интертекстуалдылық құбылысының шығу тарихынан, теориясынан бастап оның поэтикасын, эстетикасын, типологиясын, жасалуы мен көрсеткіштеріне дейін тоқталған. Натали Пьеге-Гро интертекстуалдылық құбылысын мәтін жасаушы ғана емес, мәтіннің кілті ретінде қарастырды. Автордың зерттеуінен интертекст ұғымының дәстүрлі әдебиет теориясының аясын кеңейтіп, мәтін арқылы өткен мен бүгіннің байланысын орната алатын ерекшелігін көре аламыз. Француз ғалымының пікірінше, кез келген шығарма – басқа мәтіндердің үзінділерінен құралған «мозаика» [9].

Орыс лингвистикасында әдеби дискурстағы интертекстуалдылық және оның қызметтері анықталды. Ғалым Н. А. Фатеева интертекстуалдылық құбылысын мәдени естелік ретінде және авторлардың жеке стилімен байланыстыра қарастырады. Ол Пушкин мен Пастернак, Пастернак пен Достоевский, Пушкин мен В. Набоковтың мәтіндеріндегі интертекстуалдылық байланыстарды, стилдерді, көркем шығармаларындағы бір мәтіннен екінші мәтінге өткен мотивтер мен образдарды зерттейді. Сол сияқты «Интертекстуалды байланыстар мен троптар» деген тараушасында мәтіндердің арасындағы байланыстарды қалыптастырудағы троптың (концептуалды троп, метатроп) рөлін көрсетіп кетеді. Н. А. Фатеева осылайша ерекше көзқарасын білдіреді. Бастысы зерттеу еңбекте көркем мәтінді түсіну үшін интертекстуалды тәсілдердің маңыздылығы әрі қызметі атап өтіледі [10].

Ғалым А. Д. Васильев те өз зерттеуінде интертекстуалдылықты орыс классикалық әдебиет үлгілерінен іздейді. Пушкин мен Лермонтовтың шығармаларындағы тақырыптар мен образдарды салыстырады, Гоголь мен Чехов кейіпкерлерінің арасындағы байланысты зерттейді, Бунин мен Набоков туындыларындағы күнбағыс бейнесінің символикалық мәнін қарастырады. Осы

шығармалардағы цитаталар, аллюзиялар, реминисценциялар, пародия, стилизация, контекстуалды параллель және басқа да диалог формалары арқылы жүзеге асатын мәтінаралық байланыстарды анықтайды. Сол сияқты зерттеуші кітабында прецедентті мәтіндер, оларды көркем әдебиетте қолдану әдістеріне ерекше назар аударады. Бұл құбылысты интертекстуалдылықтың бір элементі ретінде көрсетеді. А. Д. Васильев көркем дискурстағы интертекстуалдылықты іздеу арқылы мәтіндердің терең мазмұнының түсіндіріп, мәдени және тарихи кодтарды зерттеп, сол арқылы автор өзінің интенцияларын анықтап береді.

Тіл біліміндегі интертекстуалдылық құбылысының теориялық әрі әдістемелік мәселелерін, негізгі аспектілерін егжей-тегжейлі зерттеген ғалым Г. В. Денисова болды. «В мире интертекста: язык, память, перевод» деп аталатын зерттеуі шетел ғалымдарының жұмысына көп сілтеме жасай отырып талданған өте құнды еңбек. Мұнда зерттеуші ғалым интертекст феноменін тереңнен қарастыра отырып, оның тілдегі, мәдени жадтағы және аударма процесіндегі рөліне ерекше назар аудара отырып интертекстуалды элементтің негізгі 10 қызметін көрсетеді:

- Интертекст – коммуникацияны бастау құралы;
- Интертекст – мәтінге ойын элементін енгізу тәсілі;
- Интертекст – жанама түрде баға берудің әдісі;
- Интертекст – оқырманды немесе тыңдаушыны сендіру құралы;
- Интертекст – қарым-қатынасқа әсер ету тәсілі;
- Интертекст – ойды жеткізудің ерекше әдісі, пікірталасқа негіз болатын немесе байланыс орнатудың құралы;

- Интертекст – «өзінікіне» сілтеме жасау арқылы білімділікті, эрудицияны көрсетудің жолы.

- Интертекст – мәтінді көркемдеудің әдісі [11];

Филология ғылымдарының докторы, профессор Т. Н. Колокольцева мен В. П. Москвиннің жетекшілігімен «Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов» деп аталатын ұжымдық монография шықты. Еңбек 2 тараудан тұрады, әр бөлімде ғалымдардың интертекстуалдылық мәселесі жөніндегі зерттеулері берілген. Алғашқысы «Интертекстуалдылық теориясы: категориялық аппарат» деп аталады. Мұнда В. П. Москвин аталған құбылыстың теориялық аспектілеріне назар аудара отырып, келесі тұжырымға келеді:

- Прецедентті мәтін интертекстуалдылық байланысқа негізделген шығармаларды жасауға әсер ететін мәтіндер;

- Гипертекстуалдылық – мәтіндер бір-бірімен байланысқан кең ауқымды мәтіндік желінің бір бөлігі;

- Интертекстуалдылықтың түрлері: цитаталар, аллюзия, парафраз, пародия, реминисценциялар [12].

«Интертекстуалдылық, прецеденттілік және лингвомәдени концепт» атты мақаланың авторы С. Г. Воркачев интертекстуалдылық ұғымын лингвомәдени концептілер аясында зерттейді. Ғалым мәдениет үшін маңызды мәтіндерге, жағдайлар мен атауларға тоқталып, оларды прецедентті феномендер деп атайды. Лингвомәдени концептілерді тілдік әрі мәдени мағыналарды

біріктіретін негізгі бірлік ретінде қарайды. Мақаласында интертекстуалдылық, прецеденттілік және концепт құбылыстарының бір-бірімен байланысын, олардың айырмашылығы мен ұқсастықтарын қарастырған С. Г. Воркачев зерттеуінің соңында былай қорытынды жасайды: «Интертекстуалдылық мәдени кодты трансляциялаудың бір тәсілі болып табылады, ал прецеденттілік ұғымы сананың «мәдени нысандар» туралы ұжымдық түсініктерімен байланысты. Лингвомәдениеттанудың негізгі бірлігі – концепт, ол кез келген түсіндіруде мәдениет пен тілге «сіңген» нысанның маңызды белгілерінің жиынтығы ретінде қарастырылады. Интертекст, прецедентті құбылыстар мен лингвомәдениеттің «ортақ негізі» ретінде мәдениет көрініс табады, бұл интертекстуалдылық пен прецеденттілікті лингвомәдениеттану зерттеулерімен біріктіруді және олардың эвристикалық қосылуын лингвомәдени концептология теориясында жүзеге асыруды іс жүзінде міндетті етеді» [13].

Сол сияқты ғалымдар интертекстуалдылықтың когнитивтік аспектілерін де зерделеп жүр. Ғалым Л. А. Шестактың «Интертекстуалдылық және мәтіннің когнитивтік теориясы» мақаласында тақырыптың теориялық жағымен қатар тәжірибелік тұсы талданған. Оқырманның интертекстуалды элементтерді қаншалықты қабылдай алуы және интертекстуалдылықтың когнитивтік процестермен байланысы түсіндіріледі. Мәтіндердің бір-бірімен, мәдени контекстермен арақатынасы қаралады. Автор тарапынан оқырманға мәтінді талдау үшін теориялық құралдар беріліп, интертекстуалдылықтың көркем, медиа сияқты дискурстардағы көріністері зерттеледі. Ғалым еңбегінің соңында мынадай тұжырымға келеді:

- Кез келген мәтіннің мәдени құбылыстармен байланысы интертекстуалдылық құбылысы арқылы анықталады. Бұл интертекстуалдылықтың негізгі әрі универсалды қасиеті болып табылады.

- Гипертекстуалдылық мәтіндердің желілік табиғатын көрсетеді, мұнда әр шығарма үлкен дискурстық контекстің бөлігі болып табылады.

- Прецедентті феномендер лингвомәдени зерттеулерде маңызды рөл атқарады, себебі олар ұжымдық жадтағы маңызды деген элементтерді бекітіп отырады.

- Мәтінді когнитивтік тұрғыдан зерттеу интертекстуалдылық байланыстарды қабылдау және түсіндіру үшін одан әрі жақсы мүмкіндік береді.

Сонымен Л. А. Шестак зерттеу жұмысында көркем мәтіннің мәтінаралық байланысын жан-жақты қарастыра отырып, өзіне дейінгі теоретик ғалымдардың ойларын жүйелей келе интертекстуалдылыққа бірнеше түсініктеме береді. Мәселен, «Интертекстуалдылық – өркениетті мағыналарды жеткізудің механизмі. Интертекстуалдылық – мәтіннің туындауының нәтижесі және механизмі. Интертекстуалдылық – басқа авторлардың мәтіндерімен күрделі қарым-қатынас жүйесін құру арқылы өз мәтінін қалыптастыру және шығармашылық бірегейлігін бекіту тәсілі» [14].

Осы жинақтағы тағы бір мақала – «Интертекстуалдылық және сөйлеу жанрлары: интертекстуалды коммуникациядағы екінші мәтін және екінші жанр». Авторы В. В. Дементьев интертекстуалдық жүйедегі екінші мәтіндер

мен жанрлардың маңыздылығын атап көрсетеді. М. М. Бахтиннің концепциясының өзі зерттегелі отырған екінші тілдік жанр мәселесіне жақын екенін алға тартып, екінші мәтін мен жанрлар құбылысын зерттейді. Олардың интертекстуалдық коммуникация жүйесіндегі орнын, мәтіндер арасындағы мағыналық байланыстарын қалыптастырудағы рөлін қарастырады. Зерттеуші цитата, Библия мәтіндерін, пародияларды бастапқы мәтін мен екінші мәтінді байланыстырушы элемент ретінде есептейді. Сондай-ақ сөйлеу жанрындағы интертекстуалдылықтың алдындағы мәтіндермен диалог арқылы жаңа мағына жасау, автордың шығармашылық ерекшелігін, бірегейлігін беру сияқты қызметтерін көрсетеді. Интертекстуалдылық құбылысының әдеби пародияларда, полемикалық мәтіндерде, эпиграмма, сатирадағы көріністерін мысалдар арқылы талдайды [15].

Интертекстуалдылық феномені түрлі дискурстарда айқын көрініс тауып отырады. Мысалы ғылыми [16- 19], публицистикалық [20-26], жарнама [27-29], эпистолярлық [30-32] дискурста оның атқаратын қызметтері бар. Ғылыми дискурстағы интертекстуалдылық – мәтіннің бұрынғы зерттеулер мен теорияларды, әртүрлі идеяларды басшылыққа ала отырып олармен диалог орнатуы. Бұл дегеніміз, интертекстуалдылық ежелден бар білім негізінде жаңа түрін құруға мүмкіндік береді, ғылыми сабақтастықты қалыптастырады, ғылыми пікірталастар тудырады, сөйтіп бірыңғай ғылыми кеңістік жасап береді, сондай-ақ ескі дереккөздерге сілтеме жасау арқылы оларды қайта жандандыра түседі. Жалпы ғылыми зерттеу жұмыстары интертекстуалды элементтер түріне бай болып келеді. Көптеген цитаталар, эмпирикалық зерттеулерге сілтемелер, теориялық негіздерді баяндау өте жиі кездеседі. Публицистикалық дискурста интертекстуалдылық цитаталарға, аллюзия мен реминисценцияларға сүйене отырып, мәдени және тарихи шындыққа сілтеме жасау арқылы берілген мәтіннің көркемдігін, нақтылығын арттыра түседі. Жарнама дискурсында интертекстуалдылықтың негізгі қызметтері – аудиторияның назарын аудару, эмоционалдық сезім қалыптастыру, оны одан әрі күшейту, сол арқылы мәдени объектілерді еске алу, ассоциациялар мен естеліктер туғызу. Мысалы, ең көп танылған Snickers шоколадының жарнамасы: «Сен ашыққанда өз-өзіңе ұқсамайсың» – тағамның көңіл-күйге әсері туралы тұрақты стереотипті туғызады. Қазіргі күні зерттеушілерді жарнама дискурсындағы интертекстуалдылық тақырыбы қызықтырып жүр. Ғалым Li, Songqing Nike және Adidas брендтерінің Қытайдағы жағдайын, танылуын, қолданылу аясын салыстыра зерттейді. Мақалада интертекстуалдылық жарнамалық коммуникация саласында ғаламдық маркетингке қатысты глокализация стратегиясын жүзеге асырудың делдалдық формасы ретінде қарастырылады. Зерттеуші Бауман, Базерман, Бахтин, Портер сынды ғалымдардың еңбектеріне шолу жасай отырып, «халықаралық корпорациялардың жарнамаларындағы интертекстуалдылықтың табыстылығы жарнама берушілердің қандай нәрселерді болжап айтуға болатынын білетініне және сол қауымдастықтың дискурстық құндылықтарын тиімді түрде пайдалану қабілетіне айтарлықтай байланысты» деген ойын айтады. Одан әрі Қытай

мемлекетіндегі Nike және Adidas брендтерінің нарықтағы бәсекелестігін жан-жақты қарастырып, талдау жасай отырып, мынадай қорытынды шығарады: жүргізілген талдау нәтижесінде екі халықаралық брендтің интертекстуалдық әдістерді қолдануында айтарлықтай айырмашылықтар байқалды. Олар әртүрлі семиотикалық тәсілдер арқылы өз аудиторияларымен байланыс орната білді. Nike бренді өз жарнамалық стратегиясында интертекстуалдық сілтемелерді пайдалана отырып, белгілі бір әлеуметтік және мәдени құндылықтарды алға тартып, тұтынушылармен эмоционалды әрі мағыналық байланыс орнатуға ұмтылған. Бұл тәсіл мақсатты топтың дүниетанымына сәйкес келіп, брендтің сол аудиториямен тығыз қарым-қатынас орнатуына мүмкіндік берген [33].

Эпистолярлық жанра интертекстуалдылық көбінесе цитаталар, өнер шығармаларынан, атақты болған ән мәтіндерінен үзінді келтіру арқылы, мақал-мәтелдер түрінде көрінеді. Мұндай байланыстар хаттардың жандана түсуіне, одан сайын әсерлі болуына көмектеседі және автордың мәдени әрі сана дәрежесін байқатады. Интертекстуалдылық барлық мәтін түрлерін байытатын, оларды көркем әрі мағыналы ететін универсалды феномен болып табылады. Публицистика жанрында ол мәтіннің аудиторияға әсер етуін күшейтеді, жарнамада назар аударуға, эмоционалды жағдайды туғызуға, ал көркем әдебиетте терең мағыналы ой жасауға, эпистолярлық дискурста автордың жеке санасы мен мәдени контекстін көрсетуге ықпал етеді. Сондықтан да интертекстуалдылық мәтін мен мәдениеттің әсерінің, өзара байланысының қуатты құралы ретінде сақталады.

Орыс тіл білімінде интертекстуалдылық тақырыбы кеңінен зерттелді дедік. Ю. Ю. Строеваның «Интертекстуальность в медиадискурсе и способы ее перевода на русский язык» деген мақаласы, шеттілдік мәтіндердегі интертекстуалдылық құбылысын түсіну мәселесіне арналған. Мақалада қазіргі ағылшын тілі электронды баспасөз беттеріндегі әртүрлі хабарламаларды жасау үшін қолданылатын интертекстуалды қосымшалар және олардың орыс тіліне аударылу нұсқалары қарастырылады. Автор интертекстуалды байланысқа негіз болған прецедентті феномендерді былайша жіктеп, әр салаға бұқаралық ақпарат құралдарынан мысалдар келтіреді:

- Әлеуметтік сала: саясат, соғыс және ойын-сауық сияқты тақырыптар қамтылады.

- Өнер саласы: кино, әдебиет, мифология және фольклорды қамтиды.

- Ғылым саласы: биология, тарих, мәдениеттану салалары.

Зерттеу соңында Ю. Ю. Строева прецедентті феномендердің лингвостилистикалық ерекшеліктерін, олардың аудармаларын талдай отырып, әлеуметтік және өнер саласындағы интертекстуалды қосымшаларды аудару барысында аудармалық трансформациялардың қолданылмайтынын, ал ғылым саласындағы прецедентті феномендерді аудару кезінде аудармашы әртүрлі лексикалық қосымшалар, түсініктемелер мен ескертпелер қолдануға мәжбүр болады деген қорытындыға келеді [34]. Мысалы, «*Бұл ғылыми еңбекте Шоқан Уәлихановтың «Манас» эпосы туралы зерттеулері негізге алынды*». Бұл ғылыми стильдегі сөйлемді аударған кезде «*В данной научной работе были*

*использованы исследования казахского учёного и путешественника XIX века Чокана Валиханова, посвящённые киргизскому эпосу «Манас»* деп қосымша ақпарат, түсініктеме берген дұрыс. Автор аударма жасаған кезде аудиторияның Ш. Уәлиханов және оның зерттеулерінен хабарсыз болуы мүмкін екенін де ескеру қажет.

Зерттеуші Н. З. Баширова баспасөздегі интертекст типологиясына тоқталған. Мақаласында әртүрлі жанрдағы мәтіндердегі интертекстуалды элементтердің классификациясын жіктеп береді. Қазіргі ағылшын және орыс газет мәтіндеріндегі интертекстерді зерттеу барысында 3 негізгі критерийді ұсынады. Олар: интертекст көлемі (баспасөз мәтіндеріндегі интертекстуалдық қосымшалар цитаталар және аллюзиялар болып бөлінеді), оның формасының сәйкестігі (цитаталар трансформацияланған және трансформацияланбаған болуы мүмкін) және интертекстердің белгіленуі, анық көрсетілуі (цитаталар мен аллюзиялар белгіленген/белгіленбеген және анық/жасырын болып бөлінуі мүмкін) [35].

Зерттеу жұмысында газет тақырыптарындағы әлеуметтік-мәдени және интертекстуалды элементтердің ерекшелігін анықтауды мақсат еткен ғалым Д. А. Качаев «Социокультурный и интертекстуальный компоненты в газетных заголовках (на материале российской прессы 2000-2006 гг.)» атты кандидаттық диссертациясын қорғады. Жұмыста алғаш рет газет тақырыптарындағы әлеуметтік-мәдени және интертекстуалды компоненттердің қолданылу мәселесі жан-жақты қаралады. Зерттеуші «Газет тақырыптарындағы интертекстуалдылық» деп аталатын арнайы бөлімінде Ю. Н. Караулов, Е. А. Земская, В. Г. Костоморов, Т. Л. Солганик, М. Шестак сынды ғалымдардың теорияларын басшылыққа алады. Одан соң газет тақырыптарын құрамындағы компоненттері бойынша 3 топқа жіктейді:

- Әлеуметтік-мәдени компонентті қамтитын газет тақырыптары;
- Тек интертекстуалды компонентті құрайтын газет тақырыптары;
- Әлеуметтік-мәдени әрі интертекстуалды компонентті құрайтын газет тақырыптары;

Бірінші топқа шын мәнінде өмірде болған немесе халықтың ұжымдық санасында қалыптасқан аллюзияны, ал интертекстуалды компонентке кез келген мәтіннің дереккөзін көрсететін жасырын немесе ашық түрдегі цитаталарды жатқызады.

Ары қарай әлеуметтік-мәдени компонентті қамтитын тақырыптар тобының өзін тарихи оқиғаларға, нақты фактілерге сілтеме жасайтын тақырыптар, миф, аңыздарға сілтеме жасайтын тақырыптар және қазіргі қоғамдық саяси әрі мәдени оқиғалар мен құбылыстарға негіз болатын тақырыптар деп бөліп қарастырады [36]. Тек интертекстуалдылық компоненттерін қамтитын тақырыптар ән мәтіндеріне, әдеби шығармаларға, өлең жолдарына, кинофильм атауларына, олардан алынған үзінділерге, жарнама мәтініне, телехабар, бағдарлама атауларына, коммунистік лозунгілер мен ұрандарға, тұрақты сөз тіркестеріне негізделіп жасалады. Сол сияқты автор осы екі топтың компоненттерінің араласып газет тақырыптарында қолданылуын да

қарастырып, мысалдармен дәлелдейді. Одан әрі Д. А. Качаев зерттеу жұмысында газет тақырыптарындағы әлеуметтік-мәдени әрі интертекстуалды компоненттердің атқаратын қызметін де саралайды. Олар: журналистің өзінің танымын (эрудициясын) көрсету; берілген материалдың тақырыбын белгілеу; материалға көпқырлы талдау жасау; адамның мінез-құлқын, жайын бейнелейтін жағдайларды беру, оларды жалпылау; ирония, әзіл, сатира; кейіпкерге жасалған сипаттама; тілдік ойын (языковая игра) [36].

Ғалым М. В. Саблина да Д. А. Качаев сияқты газет тақырыптарын зерттеді. «Интертекстуальность заголовков современной российской прессы» мақаласында интертекстуалды элемент түрі цитатаға тоқталған. Оның қазіргі баспасөздегі әртүрлі типтерін, газет тақырыбы ретінде атқаратын қызметтерін қарастырып берген. Автор өзге мәтінің бір элементін сөзбе-сөз қайталайтын цитаталар, авторы мен атауы көрсетілмеген сәл өзгертіліп алынған реминисценциялар мен көпшілікке таныс саналатын, белгілі бір мәтінге ым-ишара ретінде ұсынылатын әдеби аллюзияларды унитарцитаталар деп көрсетеді. Газет тақырыптарының құрамындағы цитаталардың құрылымдық трансформациясын беріп, оларды компонент құрамының қысқартылуы, кеңеюі және құрамның басқа сөзбен ауыстырылуы сияқты түрлеріне публицистикалық жанрдан мысалдар келтіреді. Тақырыпта берілген цитаталардың бағалауыштық, эмоционалды және шолу қызметтерін атқаратынын ерекше айтып өтеді [37].

БАҚ-тағы мәтінаралық байланыс мәселесін кеңінен зерттеген ғалымның бірі – О. В. Фокина. «Источники интертекстуальных связей в средствах массовой информации (на примере современных газет) тақырыбында кандидаттық жұмысын қорғаған болатын. Бұл жұмыста алғаш рет баспасөз беттеріндегі мәтінаралық байланыстардың дереккөздері анықталып, топтарға жіктеледі. Публицистика жанрындағы интертекстердің жұмысын сипаттап беретін терминдер енгізіліп жүйелендіріледі. Ғалым еңбегінде газет тіліне, ондағы интертекстуалдылыққа тоқтала отырып дискурс мәселесін қарастырады. БАҚ дискурсының интертекстуалды байланыстарын талдай отырып, мынадай түрлерін көрсетеді:

- Газет беттерінде Құран, Киелі кітап, христиандық рухани әдебиет, Талмуд мәтіндері арқылы ұсынылатын діни дискурс;
- Газет беттерінде көбінесе марксизм-леннизм классиктеріне тән болып келетін саяси дискурс;
- Газет беттеріндегі жарнама дискурсы;
- Газет беттерінде сөздік мақалаларды цитата ретінде қолдану арқылы жасалатын ғылыми дискурс;
- Газет беттерінде Заң мәтінінің келтірілуі, заңнамаға сілтеме жасау, басқа да заңды құжаттар түрлерін қолдану негізінде жасалған ресми дискурс;
- Газет беттерінде баспасөз мәтіндерінің, телехабар және радио бағдарламаларының атаулары келтірілетін БАҚ дискурсы; [38].

Сол сияқты ғалым О. В. Фокинаның «Интертекстуальность в печатных СМИ: парадигматический аспект» мақаласы жарық көрді. Онда интертекстуалдылық құбылысының парадигмалық аспектісі қаралады.

«Бұқаралық ақпарат құралдарының тілі мен стилін талдауға арналған көптеген лингвистикалық зерттеулер интертекстуалдылықты қазіргі БАҚ-тың маңызды сипаттамаларының бірі деп санайды. БАҚ-тағы интертекстуалдылықты әртүрлі қырынан зерттеу (интертекстің көздерін, трансформация тәсілдерін, әсіресе газет тақырыптарында талдау) бұл құбылыстың парадигмалық аспектісін қамтымайды» [39] деген пікір айтады. Жұмысында синонимдер мен антонимдердің интертекстуалдық түрлерін көрсетіп, оларды тақырыптық топтарға жіктеу керек дейді. Автор интертекстуалды синонимдерге цитаталар мен прецедентті онимдерді жатқызады. Олар бір-біріне ұқсас контекстерде қолданылатынын көрсетеді. Одан соң интертекстуалды антонимдерге мысалдар келтіріп, бұл екеуі де интертекстуалдық-тақырыптық топтардың құрамына ене алады деген тұжырымға келеді [39].

Зерттеуші Д. Крячков та «Intertextuality in media texts» мақаласында прецеденттілікті, оның баспасөздегі қызметін көрсету үшін мәтіннің мағыналық категорияларының бірі интертекстуалдылыққа тоқталған. Прецедентті мәтіндерді интертекстуалдылық құбылысының негізгі маркері етіп алып, медиамәтіндердегі тақырып, эпиграф, цитата, аллюзия сияқты түрлерін қарастырған. Сонымен қатар Д. Крячков медиамәтінге, зерттелу тарихына, оның түрлеріне, мәтін категорияларына тоқталып, медиамәтіндерге мәтінаралық сапалы талдау жүргізген. Ғалым тарихи оқиғаға, әдеби шындыққа, мифологияға, белгілі бір мәдени контекске сілтеме жасайтын элементі бар визуалды интертекстуалдылықты ерекше атап көрсеткен. Бұл жөнінде былай дейді: «Медиамәтіндердегі интертекстуалдылықтың өзіндік ерекшелігі – семиотикалық қағидаларға негізделіп жасалатын визуалды интертекстуалдылық. Бұл мәтіндегі иллюстрациялар (кейіпкердің фотосуреті), карикатуралар немесе мемдер түрінде көрініс табады. Олар тарихи оқиғаларға, ежелгі мифологияға және әлемдік мәдениетке аллюзия ретінде қарастырылуы мүмкін. Интертекстуалдылықтың барлық түрлеріндегі жасырын хабарламаны декодтау үшін оқырманда хабарламаны дұрыс түсіне алатын өзіндік білім қоры болуы қажет» [40].

Интертекстуалдылық көркем шығармаларды құрумен, оларды интерпретациялаумен қатар аударуда да маңызды рөл атқарады. Осы тұрғыда зерттеушілерді көркем мәтіндегі интертекстуалды элементтерді аудару мәселесі ойландыра бастады. Мысалы Н. А. Солуянова «Проблема интертекстуальности в переводе (на материале переводов произведений Б. Акунина)» деген диссертациялық жұмысын жазды. Ғалым көркем шығармалардағы интертекстерді аударудың қиындық туғызатынын алға тарта отырып, соны жүзеге асыратын аудармашының рөлін былайша айтып өтеді: «Аудармашы түпнұсқа мәтінді қабылдаушы рөлінде әрекет етеді, сол арқылы мәтінде бар барлық ақпаратты алуға тырысады. Бұл үшін ол сол тілдің тасымалдаушыларына тән фондық білім мен мәдени жадыға ие болуы керек» [41]. Бұл зерттеу жұмысында зерттеуші интертекстті аударма нысаны ретінде қараған және жазушы Б. Акунин шығармаларының интертекстің ағылшын -

француз тілдеріне аудару барысында туындайтын негізгі мәселелер анықталады.

Мәтіндік аударма жөнінде зерттеу жасаған П. Тороптың еңбегінде де интертекстуалды элементтердің аударылуы жайлы айтылады. Ғылыми жұмыста мәтіндік аударманың қызметі, түрлері, рөлі тереңнен зерттелген. Ғалым қарастырып отырған мәтіндік аударманың тақырыптық мазмұнды жеткізе отырып, автордың жеке көзқарасы мен стилін сақтау арқылы түпнұсқа мәтіннің мазмұнын, формасы мен мәдени ерекшеліктерін жаңа тілдік ортаға бейімдей алатын қасиеттеріне тоқталған. П. Тороп «интекст» деген терминді қолданады және оның типтері ретінде мыналарды санамаалап береді: «1) пастиш (свое в чужом), 2) цитата, 3) стилизация или реминисценция (чужое в своем), 4) перифраза (использование формы), 5) адаптация или антономазия (свойство вместо имени), 6) парафраза (пересказ), 7) бурлеск, травести, 8) аллюзия». Одан әрі аударма үдерісінде бастапқы түпкі мәтіннен интекст құру барысында келесі интекст түрлерін ажыратып береді:

- Түпнұсқаны мүмкіндігінше өзгеріссіз жеткізетін дәл аударма;
- Жалпы стильді сақтай отырып аударатын макростилистикалық аударма;
- Түпнұсқадан нақты үзінділерді аударатын цитаттық аударма;
- Түпнұсқаның ұсақ стильдік ерекшеліктерін сақтай отырып аударатын микростилистикалық аударма;
- Мазмұнды жеңілдетіп немесе қайта құра отырып жеткізетін сипаттамалық аударма;
- Түпнұсқаның негізгі идеясын, айтқысы келген ойын немесе тақырыбын жеткізуді көздейтін тақырыптық аударма;
- Түпнұсқаны еркін түрде өңдеп, қайтадан құрастыратын еркін аударма;
- Эмоционалдық әсерге ерекше түрде мән бере отырып аударатын экспрессивтік аударма [42];

Қазақ тіл білімінде мәтінаралық байланыс мәселесі әлі де терең зерттелуді талап ететін тақырыптардың бірі болып табылады. Бұл бағыттағы зерттеулер орыс және әлемдік лингвистикадағыдай кең ауқымды сипатқа ие емес. Дегенмен әдебиеттану саласында да, тіл жағынан да біршама еңбектер жазылу үстінде. Мысал ретінде қазақ прозасы мен поэзиясындағы интертекст поэтикасының құрылымдық ерекшелігін, көркемдік функциясын, ұлттық ерекшеліктерді танытатын шығарма мәтінін зерттеген Р. М. Әбдіқұлованың еңбектерін [43], Б. Момышұлының «След птицы в небе» философиялық романындағы интермәтіннің экспрессивтік қызметін ғылыми тұрғыда арнайы қарастырған Г. Ж. Болатованың жұмысын [44], Шәкәрім шығармасынан фольклорлық интертекстерді іздеген К. С. Бұзаубағарованың зерттеулерін [45] келтіруге болады. Ал көркем әдебиеттегі интертекстуалдылықтың қолданылуының ерекшелігін, қажеттілігін С. М. Алтыбаева былайша көрсетеді: «Интертекстің қолданылуы авторға зерттеліп отырған мәселені тереңірек ашуға және жан-жақты бейнелеуге мүмкіндік береді. Мысалы, Құран, Библия, буддизм және басқа да діни дәстүрлерге негізделген мысалдар, сүрелер, дұғалар мен медитативті дыбыстық құрылымдар шығарманың мағыналық тереңдігін

арттырып, оның мазмұнын байытады. Бұл тәсіл әсіресе қазіргі заманның әлеуметтік катаклизмдері мен трагедияларын, жалпыадамзаттық мәселелерін арқау еткен шығармаларда айқын байқалады. Басқаша айтқанда, сюжеттік желі мен идеялық мазмұн тек тереңдікке ғана емес, кең ауқымды қамтуға бағытталады.

Интертекстуалдылықтың бұл ерекшелігі әсіресе роман жанрында айқын көрінеді. Қазіргі қазақ әдебиетінде мұның жарқын мысалы ретінде Х. Әдибаевтың «Отырардың күйреуі» атты тарихи романын атауға болады. Бұл шығармада бірнеше сюжеттік бағыттар тоғысып, философиялық, сакральдық, психологиялық, тарихи және өзге де контексттер адамгершілік құндылықтарын ашу идеясына бағындырылған» [46].

Көптеген зерттеушілер интертекстуалдылық құбылысын көркем мәтін негізінде қарастырған. Сондай жұмыстардың негізгісі, көлемдісі А. С. Адидованың «Көркем мәтіндердегі цитация құбылысы» монографиясы. Еңбекте интертекстуалдылықтың теориялық негіздері, түрлері және қазақ көркем мәтіндеріндегі қолдану ерекшеліктері зерттеледі. Автор цитата, аллюзия, реминисценция, құжат негізді интертекстер, пародия, перифраз, центон интертекстер, прецедентті феномендер сияқты интертекстуалды элемент түрлерінің табиғатын аша түскен. Қазақ әдебиетінің ақын-жазушылары М. Мақатаев, Ә. Нұрпейісов, М. Мағауиннің көркем мәтіндеріндегі келтірінді құрылымдарды зерделейді. Ғалымның айтқысы келген негізгі ойы: интертекстуалдылық тек эстетикалық құрал емес, сонымен қатар мәтіннің концептуалды мазмұнын байытуға мүмкіндік береді; Қазақ мәтіндеріндегі интертекстуалдылық элементтер оқырманның ассоциацияларын белсендіру арқылы шығарманың әсерін одан сайын күшейтеді [4]. Бұдан бөлек А. С. Адидова тағы «Алпамыс», «Қобыланды батыр», «Ер Тарғын», «Қамбар батыр» жырларындағы мәтінаралық байланыстарды да зерттеген болатын. Мұнда батырлар жырындағы тілдік амал-тәсілдердің мәтінтүзімдік қызметі қарастырылады [47].

«Интертекстуалдылық байланыстың белгілі бір мәтіндерде орын алуы оның сол мәтінде атқаратын қызметінен көрінеді. Мәтіндер бір-бірінің мазмұнын баяндап берумен қана шектелмейді, керісінше бір-бірімен сұхбатқа түседі, ондағы ой тек қана қайталанып қоймайды, керісінше бір мәтінді екінші мәтінмен салыстыру барысында жаңа ой туындайды. Бұл ретте интертекстуалдылық құбылыс мағынаның көптігін, оқырманның қабылдау қабілетіне сай жорамал түсініктердің туа беретіндігін көрсетеді. Дәстүрлі сарындар, сюжеттер, бейнелер, ырымдар мен салт-дәстүрлерге жүгіну де интертекстуалдылық байланыс тудырады. Автор өзіне дейінгіні қайталамайды, бұрынғыны бойына сіңіре отырып, өзі үздік деп тапқан дүниесін өз танымы, өз ұстанымы тұрғысынан халыққа қайтадан, жаңарған күйінде өз нұсқасында ұсынады. Қоғамның даму үдерісіне қарай түсініктер де өзгеріске түседі, соған орай уақыт кеңістігі тұрғысынан алғанда бұрынғы дүниелер басқаша аксиологиялық мәнге ие болады. Осындай факторлар әсері мәтіндер сұхбаттастығын тудырады. Интертекстуалдылық байланысты жеке тұлғаның

дүниетанымынан, білімінен, түсініктері мен философиялық ой-танымынан ақпарат беретін құбылыс деп те қарастыруға болады». Бұл зерттеуші Б. А. Абдыханованың пікірі. Диссертациялық жұмысында интертекстуалдылық туралы зерттеулерді салыстыра келе, қарапайым тілмен өзінің ойын осылай берген. Ары қарай өзі айтқан мәтінаралық байланысты тудыратын дәстүрлі сарындарды яғни фольклорлық прецедентті мәтіндерді көркем әдебиеттен іздейді. Прецедентті мәтіндерді «ілікті мәтін» деп, интертексті «интермәтін» деп алып оның фольклорлық шығармалардағы лингвомәдени сипатын зерттейді [48]. Интертекстуалдылықтың прецедентті тілдік бірліктермен құрылымдық байланысын қараған, көркем мәтін дискурсындағы фольклорлық ілікті мәтіндердің қолданысын, қызметін, берілу жолдарын қарастырған Б. А. Абдыханованың жұмысы қазақ лингвистикасындағы негізгі, сапалы әрі ауқымды зерттеу болды.

Осыған дейін біз интертекстуалдылық құбылысының пайда болу тарихы мен ғылыми айналымда зерттелу аясын жан-жақты саралап өттік. Бұл ұғымды әртүрлі зерттеуші әр қырынан қарастырып, бірі – әдеби-теориялық тұрғыдан, енді бірі – тілдік және семиотикалық қырынан пайымдағаны байқалады. Зерттеушілер интертекстуалдылықтың мәтіндер арасындағы байланыс ретінде көрініс табатынын, автор мен оқырман арасындағы диалогқа негіз болатынын, мәтіннің мәнін кеңейтіп, көпқабатты семантикалық құрылым түзуге ықпал ететінін атап өтеді. Осы ғылыми көзқарастарды ескере отырып, біз де өз зерттеу нысанымыз ретінде алынған интертекстуалдылықтың мәнін, табиғатын, ерекшелігін және оның мәтін құраудағы маңызын түсіндіруге талпыныс жасадық, былайша пікір білдірдік:

Интертекстуалдылық дегеніміз – мәтіннің басқа мәтіндердің элементтерін өзіне енгізу қасиеті. Бұл құбылыс ешбір мәтіннің оқшау, жеке дара өмір сүрмейтінін, керісінше өткен және қазіргі мәтіндермен үнемі байланыста болатынын дәлелдей түседі. Яғни интертекстуалдылық бір мәтіннің басқа мәтіндермен қалай байланыста болатынын, қалай өзара әсер ететінін, өзара тәуелді бола алатынын зерттейді;

Интертекстуалдылық цитата, аллюзия, реминисценция, пародия, перифраз, центон интертекстер сияқты құралдар арқылы мәтіндердің арасындағы өзара байланыс ретінде анықталады;

Интертекстуалдылық шығарманың эстетикалық әсерін күшейту, көркемдік қуатын арттыру, шығарманың жасырын тұрған мағыналарын аша түсу, мәдени және тарихи сабақтастықты сақтау сияқты бірнеше қызметтерді атқарады;

Интертекстуалдылық көркем шығарма туындыларын жасауда, оларды түсіндіруде, сол сияқты аударма жасауда маңызды орын алады;

Интертекстуалдылық мәтіндерді өзара байланыстырып қана қоймай, сонымен қатар әртүрлі мәдениеттер мен дәуірлер арасындағы әдеби, мәдени диалогты орнатуға көмектеседі.

## 1.2 Интертекстуалды элементтер типологиясы: БАҚ-тағы аллюзия мен реминисценция құбылыстары

Бұқаралық ақпарат құралдарында интертекстуалдылық түрлі мақсаттарда қолданылады. Біріншіден, ол ақпараттың түсінікті болу ерекшелігін арттыруға және мәтіннің эмоционалдық әсерін күшейтуге көмектеседі. Мысалы, белгілі бір жаңалықты немесе оқиғаны сипаттау үшін авторлар тарихи оқиғаларға немесе мәдени құбылыстарға сілтеме жасай алады, осылайша оқырманның немесе көрерменнің назарын аударып, оны ойландырады. Оқиғаның маңызды екенін көрсетуге және оның қоғамға әсерін арттыруға мүмкіндік береді. Екіншіден, интертекстуалдылық медиа өнімдерінің семантикасының тереңдігі мен көпқабаттығына қызмет етеді. Көрермен немесе оқырман белгілі бір мәтіннің басқа мәтіндермен қалай байланысатынын байқаған сайын, ол мәтіннің мағыналық құрылымын тереңірек түсіне бастайды. Бұл әсіресе, кино, әдебиет және өнер туралы жазылған мақалаларда, сондай-ақ саяси және әлеуметтік дискурста жиі кездеседі. Интертекстуалдылық құбылысы әртүрлі мәтін түрлерінде түрлі формада көрініс табады. Атап айтқанда, ол бастапқы мәтіннен алынған дәйексөздер, ирониялық сипаттағы пародиялар, белгілі бір шығарманы меңзейтін реминисценциялар, аллюзиялар мен перифраздар арқылы жүзеге асады. Ғалым И.В. Арнольд көркем мәтінге қатысты, мынадай жіктеуді ұсынады: цитаталық тақырып, қыстырынды романдар, эпиграф, күнделік, хаттар, аллюзия мен реминисценция, цитаталар [49]. Бұл интертекстуалды элементтер арқылы бір мәтіннің екінші мәтінмен байланысы жүзеге асады. Сол арқылы жаңа мән, жаңа мағына қалыптасады. Интертекстуалды элементтердің бірі көркем әдебиетте, екіншісі ғылыми стильде, енді бірі публицистикада қолданылады және әртүрлі қызметтерді атқарады. Негізі функциялары төмендегідей (1-кесте):

Кесте 1 – Интертекстуалды элементтердің атқаратын қызметтері

Интертекстуалды элементтердің атқаратын қызметтері:	
1	2
Цитата	<p>- Семантикалық функциясы: Интертекстуалды элементтер құрылған жаңа мәтінге жанама мағына береді; Өзіне дейінгі мәтіндермен байланыс орната отырып, берілетін ақпаратты одан әрі тереңдете түседі;</p> <p>- Когнитивтік (танымдық) функция: Интертекстуалды элементтер арқылы оқырманға жаңа ақпараттар беріледі; Олар мәдениетаралық диалог орнатады;</p> <p>- Прагматикалық (коммуникативтік) функция:</p>
Аллюзия	
Реминисценция	
Пародия	
Перифраз	
Центон мәтін	
Пастиш	

1-кестенің жалғасы

1	2
	<p>Интертекстуалды элементтер оқырманмен интеллектуалдық байланысты да орната алады;                      Белгілі бір аудиторияға арнайы түрде бағытталады;</p> <p>- Ирониялық және пародиялық функция:                      Интертекстуалды элементтер (әсіресе пародия) алдындағы мәтінді сынға алу немесе әзілмен өзгерту үшін қолданылады, солай мәтіннің мағынасына қосымша реңк береді;</p> <p>- Композициялық функция:                      Интертекстуалды элементтер мәтін құрылымын жасауға көмектеседі, сюжет желісін құрайды;</p> <p>- Эстетикалық функция:                      Интертекстуалды элементтер оқырманға жазылған мәтінді дұрыс әрі терең қабылдауға мүмкіндік береді;                      Автордың стильдік шеберлігін көрсетеді;</p>

Ал баспасөз мәтіндерінде аталған интертекстуалды элементтердің барлығы кездеспейді. Біздің байқауымызша, бұл интертекстуалдылық құбылыстарды байқататын элементтердің бұқаралық ақпарат құралдарында көбінесе аллюзия мен реминисценция түрлері жиі ұшырасады.

Тіл білімінде алдымен цитация құбылысының көркем мәтіндегі қолданысы зерттелген болатын. Оны ертеректе қарастырылған А. Н. Архангельский [50], В. В. Дементьев [51], Э. Г. Бабаев [52], Л. Л. Вельская [53], Н. Д. Арутюнова [54], А. К. Калыгин [55], Н. В. Семенова [56], Е. А. Козицкая [57], Э. Вахтел [58], Л. И. Пастушенко [59] сынды ғалымдардың еңбектерінен көре аламыз. Одан соң ғана публицистика жанрында цитация табиғатының ерекшелігі, қызметі жайлы жұмыстар пайда бола бастады. ХХІ ғасырдың басында орыс лингвистері осы мәселені тереңнен аса қызығушылықпен зерттеді десек те болады. Мысалы ғалым В. В. Варченко медиамәтіндердегі цитатаның қолданылу ерекшелігін қарастырды. Зерттеу жұмысының 1 тарауын БАҚ-тағы кездесетін цитаталардың әртүрлі формаларын сипаттауға арнайды. Алғашқысы толық цитата – бөгде сөз өзгертілмей беріліп отырады. Бұл цитата түрі үздіксіз және үздіксіз емес болуы мүмкін. Үздіксіз түрі көбінесе ақпараттық медиада кездесе, екінші түрі аналитикалық мәтіндерде беріледі. Келесі түрі жанама цитата – журналист басқа біреудің сөзін жанама сөйлеу арқылы жеткізеді. Бұл – бастапқы дереккөзге меңзей отырып, түпнұсқадан сәл өзгертіліп алынған аллюзиялық сипатқа ие болатын цитата. Жанама цитатаға жататын тікелей сілтемесіз, арнайы графикалық белгілерсіз берілетін жасырын цитата деген де бар. Баспасөз беттерінде толық цитатадан үзінді ретінде алынған цитата

фрагменттік деп аталады. Тағы бір түрі – жалпылама цитаталар. Нақты бір авторға тиесілі емес, бірақ жалпы қоғамға танымал, кеңінен қолданылатын сөз тіркестері. Ғалым зерттеу жұмысында цитаталардың қызметін де көрсетіп кетеді. Олар: авторлық мәтінді нақтылай отырып толықтырып, болған оқиғаның шынайылығын растап беретін иллюстративтік қызмет; аудиторияның сенімін арттыру үшін беделді сарапшы пікіріне сүйене отырып мәтінде баяндалған ойды негіздейтін апелляциялық қызмет; журналистің пікірін дәлелдеу мақсатында оның сенімділігін күшейтетін аргументтік қызмет; цитатаның бастапқы мазмұны өзгеріске ұшырап, қосымша интерпретациялар туындататын, құрылымдық-мағыналық байланыстары сақталмайтын, ирониялық қолданыс арқылы жүзеге асатын стилистикалық қызмет; белгілі бір тұлғаның бейнесін, сипатын қалыптастыру мақсатында жазылатын аналитикалық жанрдағы материалдарда көрініс табатын риторикалық қызмет [60]. Бір сөзбен айтқанда медиамәтіндердегі цитатаның барлық қызметі оқырманға ақпарат бере отырып ықпал етуді көздейді. Зерттеуші В. В. Варченко одан әрі медиамәтіндегі цитаталардың композициялық құрылымдарын талдайды. Тақырыпат пен қосымша тақырыпаттағы тікелей және жанама түрде қолданылатын, абзацтар мен айдарларда кездесетін цитаталар және эпиграф ретінде көрсетілетін цитаталарды қарастырып, мысалдармен дәлелдеп кетеді.

«Цитатаның семантикалық ерекшеліктері» (орыс және ағылшын тілдері материалында) тақырыбында зерттеу жұмысын жазған А. Д. Бакина [61-63] цитата құбылысының лингвистикалық, лексикалық семантикасымен қатар зерттелу тарихына, лингвомәдени аспектісіне, цитатаның атқаратын қызметтеріне, дереккөздеріне, цитатаның фразеологизммен арақатынасына кеңінен тоқтала келе ерекше пікірін білдіреді: «Цитатаның негізгі ерекшеліктерінің бірі – оның қайта жаңғыртуға бейімділігі. Жаңа мәтінде цитатаны қолдану ерекше когнитивтік механизммен байланысты, оның жұмыс істеу принципін түсіну үшін психология мен когнитология салаларына жүгіну қажет. Бұл үдеріс адам санасының ассоциативтік қабілетіне негізделеді. Жаңа мәтінді қалыптастыру барысында автор саналы немесе бейсаналы түрде белгілі бір жағдайдың бейнесін қайта елестетеді, онымен байланысты ойларды саралап, фактілерді, нысандарды және әрекеттерді салыстырады. Нәтижесінде, жаңа контекстке барынша үйлесімді деп тапқан цитатаны таңдап, оны мәтінге енгізеді» [62, б.6].

О. В. Фокина БАҚ-тағы интертекстуалды байланыс түрлерінің дереккөздерін іздеп, негізгісі ретінде цитата және оның жасалу жолдарына тоқталған. Газет мәтіндеріндегі цитаталардың әртүрлі формада қолданылуы, өзгертілуі және оқырманның оларды қабылдауы жан-жақты қарастырылған. Автор жұмысында саналы түрде өзгертілетін квазицитата түсінігін де ашып көрсеткен [38].

Н. А. Фатеева авторлық мәтінге бөгде мәтінді енгізудің бір түрі ретінде цитата құбылысын зерттеді. Ол цитаталардың тырнақшаға алынып, дереккөздері көрсетілетін атрибуциясы бар және тырнақшаға алынбайтын,

дереккөзге сілтеме жасалмайтын, мәтінге кірігіп кеткен, оқырман үшін байқалмайтын атрибуциясы жоқ түрін бөліп көрсетеді. Цитата-тақырып (Цитата-заглавие) деген қолданысты беріп, ерекше тоқталып, «кез келген цитата сияқты, тақырыпат атрибуцияланған немесе атрибуцияланбаған болуы мүмкін, бірақ атрибуцияланған тақырыпаттың танылу деңгейі әрқашан жоғары, өйткені ол бастапқы мәтіннен графикалық түрде ерекшеленеді» [10, б.112] деген пікір айтады. Одан соң аллюзия, реминисценция, центон мәтін, эпиграфтар туралы да айтып кетеді.

Медиамаметіндегі цитация мәселесіне арналған тағы бір зерттеу ол – М. В. Саблинаның «Цитата и цитирование в текстах современных российских газет» деп аталатын жұмысы. Еңбекте автор цитатаны тікелей (прямая) және жанама (косвенная) цитата деп қарастырады. «Тікелей цитата – түпнұсқа мәтіннің авторы, атауы немесе арнайы белгілері (тырнақша, курсив және т.б.) көрсетілген үзіндісі. Ол екі түрге бөлінеді:

- Сөзбе-сөз цитата: мәтінді дәлме-дәл қайталау.

- Өзгертілген цитата: бастапқы мәтінді өзгертуге мүмкіндік береді.

Жанама цитата (реминисценция және әдеби аллюзия) – авторы немесе атауы көрсетілмеген, арнайы белгілермен бөлінбеген, дәл қайталау міндетті емес түпнұсқа мәтіннің үзіндісі». Ғалым интертекстуалдылықтың типтері реминисценция мен аллюзияны цитатаның жанама түрі ретінде зерттей отырып, оларға мынадай түсініктеме береді: «Реминисценция – авторы мен атауы көрсетілмеген, графикалық түрде ерекшеленбеген, кем дегенде предикативті бірлік болып табылатын түпнұсқа мәтіннің үзіндісі. Әдеби аллюзия – авторы мен атауы көрсетілмеген, графикалық түрде ерекшеленбеген, кеңінен танымал мәтінге меңзейтін түпнұсқа мәтіннің сөзі немесе сөз тіркесі. Реминисценция мен әдеби аллюзия формальды сипаттамалары бойынша ұқсас (авторы мен түпнұсқа мәтініне сілтемесіз, графикалық ерекшеленбеген сөзбе-сөз немесе өзгертілген цитаталар). Біз оларды келесідей ажыратуды ұсынамыз:

Реминисценция – предикативті бірлік болып табылатын түпнұсқа мәтіннің үзіндісі;

Әдеби аллюзия – сөз немесе сөз тіркесі болып табылатын түпнұсқа мәтіннің үзіндісі» [64]. Бұл пікір ақылға қонымды, дұрыс айтылған ой сияқты. Екі құбылыстың ара жігін ажыратып беретін негізгі белгілердің бірі деп ойлаймыз. Ал аллюзияның өзіне тән ерекшеліктері мынадай:

«- Формальды белгілердің болмауы: Аллюзивті цитаталар мәтінге тырнақша, сызықша, курсив сияқты формальды белгілерсіз және авторға сілтемесіз енгізіледі.

- Семантикалық бейімделу: Аллюзивті цитаталар жаңа контекст әсерінен семантикалық мазмұнын өзгертеді, бұл цитаталанған бөліктің кейбір компоненттерінің түсірілуі немесе ауыстырылуы арқылы жүзеге асады.

- Бастапқы контекстпен тығыз байланыс: Аллюзивті цитаталар алынған бастапқы контекстімен тығыз өзара әрекеттеседі, бұл олардың мағынасын тереңдете түседі.

- Қолдану жиілігі: Көркем әдебиетте аллюзивті цитаталар орташа немесе сирек қолданылатын цитаталар ретінде көрінеді, бұл оларды кеңінен таралған газет стиліндегі тұрақты тіркестерден ерекшелендіреді» [65].

Аллюзия – басқа мәтінге жанама сілтеме жасау. Ол оқырманның мәдени білімдерін пайдалана отырып, жасырын мағынаны түсінуді талап етеді. Зерттеулерде аллюзияның көмегімен мәтіннің астарлы мағынасын, автордың немесе сөйлеушінің жасырын ойын анықтау мүмкіндігі қарастырылады. Ғалым Фатеева аллюзияның авторы көрсетілген, оқып отырған адамға автордың айтқысы келген ойын түсінуге мүмкіндік беретін атрибуцияланған және авторы көрсетілмеген атрибуцияланбаған деген түрлерін көрсетеді. Және аллюзияның реминисценцияға ауысуы немесе керісінше болуы мүмкін деген пікір айтады [10, б. 112]. Қазақ ғалымы Н. Уәли «Аллюзия белгілі бір жайды меңзеп тұрады. Мәтіндегі сөзбе-сөз мағынаның қалтарысында оқырманның есіне түсетіндей немесе ассоциация тудыратындай, сезіміне әсер ететін прецедентті мәтін немесе прецедентті атаулар болады» [66] деп аллюзияны прецедентті құбылыстармен байланыстыра зерттейді. Газет-журналистика дискурсындағы әдеби аллюзияны зерттеген Н. Ю. Новохачева да прецедентті мәтіндерді аллюзияның негізі етіп алып, оларды әдеби шығармаларадан, халық ауыз әдебиетінен, кинодан, ән мәтіндерінен, журналистикадан алынған деп бөліп береді. Зерттеуші диссертациясында әдеби аллюзияны стилистикалық құрал ретінде қарастырып, оның құрылымдық, мағыналық және функционалдық ерекшеліктерін талдайды. Аллюзияны дереккөзі бойынша әдеби, музыкалық, фольклорлық т.б. деп, трансформациялануы жағынан нақты қайталанған, өзгертілген және аралас деп, атқаратын функциясы бойынша ақпараттық, ирониялық, бағалаушы деп жіктейді [67]. А. Квятковскийдің поэтикалық сөздігінде аллюзияға мынадай анықтама берілген: «Аллюзия (от лат. *allusio* - намек, шутка) – стилистический прием; употребление в речи или в художественном произведении ходового выражения в качестве намека на хорошо известный факт, исторический или бытовой» [68]. Яғни аллюзияны тұрмыстық және тарихи оқиғаларға сілтеме жасайтын стилистикалық әдістің бірі деп көрсетеді. Бірақ М. Д. Тухарели деген орыс зерттеушісі 19 ғасырдың соңында көркем шығармалардағы аллюзияның үш түрін ажыратып берген:

«Антропонимдер – жалқы есімдер, космонимдер – планета, жұлдыз атаулары, топонимдер – географиялық атаулар, зоонимдер – жануарлар мен құстар атауы, ктематонимдер – тарихи оқиғалар мен мерекелер атауы және, соңында, теонимдер – құдайлар, жындар, мифологиялық кейіпкерлер атаулары;

Мифологиялық, Інжілдік (библейлік), тарихи, әдеби және басқа да реалиялар;

Аллюзия цитаталар, контаминация, реминисценциялар және басқа да аллюзивті цитаталарда локализациялануы (орналасуы) мүмкін» [69]. Сол сияқты кейінгі зерттеулерде де аллюзияны тұрмыстық оқиғалармен шектемей, тарихи жағдайлармен қоса мифтік оқиғаларды еске түсіретін интертекстуалды элемент ретінде қарастырады. «Стилистический прием аллюзии в свете теории интертекстуальности: На материале языка англо-ирландской драмы первой

половины XX века» тақырыбымен зерттеу жұмысын жазған ғалым Е. М. Дронова библиялық сюжеттер; мифологиялық дереккөздер; тарихи оқиғалар; әдебиеттер; вербалды емес өнерден алынған мәліметтерді аллюзияның негізгі дереккөздері деп көрсетеді [65, б. 15]. Біз осы пікірмен келісе отырып, баспасөз беттерінен төмендегі мәтіндерді жинастырдық.

<https://aladop.kz/> сайтында М. Мұқашұлының «Иван Свиридов - Адиевтің гректерге тосын сыйы ма?» деген атаумен мақаласы жарық көрді. Футбол құрамасын сөз еткен мәтінде «Троян атындай» тосын сый» деген бөлім бар. Футболдан Қазақстан Ұлттық құрама командасының Грекиямен болатын матчына қатысатын 26 футболшының қатарындағы шабуылшы Иван Свиридовқа арналған мақаланың мазмұны аталған футболшының мықтылығын, артықшылығын көрсету болатын. Мәтін *«Десе де, Қазақстан құрамасымен тарих жасап жатқан Магомед Мұсаұлының таңдауы «Шахтердің» шабуылшысына бекер түспеді деп үміттенеміз. Гректердің біздің команданың футболшыларын әбден зерттеп жатқаны мәлім. Көпшілікке бейтаныс Свиридовтың өнері элиндіктерге «Троян атындай» тосын сый бола ма?»* (<https://aladop.kz/>, 13.03.24) деп аяқталады. Бұл сөйлемде «троян атындай» деген аллюзия қолданылған. Ол ежелгі грек мифологиясындағы Троя соғысында қолданылған айламен құрылған жоспарға сілтеме жасайды. Гректердің соғыста жеңу үшін Трояға сыйлық ретінде үлкен ағаш атты жіберуі және оның ішіне жасырынған сарбаздардың түнде қалаға кіріп, қақпаларды ашып жіберуі тарихта белгілі оқиға болып табылады. Яғни журналист та тарихи оқиғаны еске ала отырып футболшы Свиридовтың беделін асырып, мықты ойын жасайды деген үмітін, сенімін білдірген. Сол сияқты бұл аллюзия арқылы автор жаңа бастаманың сырт көзге пайдалы немесе жақсы көрінуі мүмкін екенін, бірақ шын мәнінде оның ішінде жасырын қауіп немесе қиындықтар болуы мүмкін екенін меңзейді. Ал оқырман болса мифологиядағы белгілі оқиғаны еске түсіріп, осы аллюзия арқылы ақпараттың мағынасын жақсырақ түсіне алады.

<https://el.kz> сайтында «Жітіқарадағы «Пандора жәшігі» қауіп қайтсе сейіледі?» деген тақырыппен мақала жарық көрді. Жазбада Жітіқара ауданындағы зиянды металдар көмілген саркофақтың біртіндеп мүжіліп, қоршаған ортаға төндіріп жатқан қауіпі туралы жазылған. Бұл көмбенің беті ашылса астындағы химиялық металдар ауаға тарап, ауыз суға қосылса, салдарының орны толмас экологиялық апатқа әкелетіні туралы жазылған мақаланың атауын журналист «Пандора жәшігі» деп тауып қойған. Бұл аллюзия грек мифологиясындағы Пандораның жәшігіне сілтеме жасайды. Миф бойынша, «Пандора жәшігі» – бақытсыздық пен қайғы-қасіреттің көзі. Әлемнің ең алғашқы әйелі Пандора жәшікті ашқан соң, ішінен барлық зұлымдықтар әлемге таралып кеткен. Бұл тіркес өзінің шығу-тегін ежелгі грек ақыны Гесиодтың «Еңбек және күндер» (Труды и дни) атты поэмасынан алады. Аңыз бойынша, адамдар алғашқы кезде ауру-сырқау, кәрілік, қайғы дегенді білмей, бейбіт өмір сүрген. Бірақ Прометей құдайлардан отты ұрлап, адамзатқа тарту еткен соң, Зевс қатты ашуланып, адамдарды жазалау үшін жерге сұлу әйел – Пандораны жібереді. Ол Зевстен ішінде бүкіл адам баласына арналған қайғы-

қасірет пен қиындықтар жасырылған жәшікті сыйға алады. Ақырында, Пандора қызығушыққа шыдай алмай, жәшікті ашып қояды да, сол арқылы барлық жамандықты әлемге таратқан. Жәшіктің түбінде жалғыз ғана – үміт қалды делінеді [70]. Журналист мақаласында осы аллюзия арқылы талқыланып жатқан мәселенің шешімінің күтпеген, қауіпті салдарларға алып келуі мүмкін екенін меңзеп отыр. Журналист мақала соңын былайша қорытындылайды: *«Жітіқараның қарапайым жұрты да осы мәселе түбегейлі шешілер деп үміттеніп отыр. Өйткені бұл шаруа бұдан әріге созылса, грек аңызындағыдай, ішіне кесір-кесел жасырып жатқан жітіқаралық «Пандора жәшігі» ашылып кетуі ықтимал. Ал оның залал-зардабымен күресу қияметке айналуы мүмкін»* (<https://el.kz>, 12.06.23). «Пандора жәшігі» аллюзиясы арқылы автор оқырманға мәселенің тереңдігін және оның мүмкін болатын қауіпті жақтарын көрсетуде.

«Жас Алаш» газетінде «Пандора жәшігі немесе Путиннің геосаяси мақаласын оқығанда туған ой» тақырыбымен мәтін жарық көрді. Мұнда автор Ә. Қосан Ресей президенті В. В. Путиннің «Об историческом единстве русских и украинцев» (ЖА., 15.07.21) деген атаумен жариялаған мақаласы туралы ойын ашып айтады. Автор Путиннің Украинаның қазіргі билігін қатты сынға алғанын, президент пікірінің Соловьев пен Киселевтердің сандырақтарының теориялық, идеялық негізі екенін алға тартады. Ал саяси мақалаға неге мұндай тақырып қойылды деген сұраққа жауапты мәтінді оқу барысында табуға болады. В. В. Путин тарихи оқиғаларды еске алып, көптеген одақтас мемлекеттердің Ресей жерінде болғанын айтады. Қысқасы өз ойымен, саяси көзқарасымен топшылайды. Бұл жөнінде автор былай дейді: *«Ал 1922 жылғы аумағына келсе, басқа республикалардың, соның ішінде Қазақстанның Ресей жақтағы біраз өңірі туралы айтары аз емес қой. Ежелден қазақтар мекендеген Астрахан мен Самара, Саратов пен Челябі, Омбы мен Томбы, Алтай ше? Оны кімнен сұраймыз? Бұл деген Пандора жәшігін ашумен паранар ұсыныс емес пе?! Бас жаққа барыссақ, үшінші дүниежүзілік соғыс басталып кетуі де мүмкін зой»* (ЖА., 15.07.21). Журналист болары болып, бояуы сіңген тарихи жағдайларды қазбалай бермеуді ұсынатын сияқты. Тура осы журналистің жоғарыдағы жазбаға мағыналас «Пандора жәшігі немесе Қарақалпақстанға қатысты қысқа ой» деген мақаласы «Халық» газетіне басылып шықты. Мұнда да автордың айтқысы келгені саяси мәселе, Өзбекстан мен Қарақалпақстан арасындағы саясат, үлкен дау. Мақала *«Меніңше, ХХІ ғасырдың Орта Азиядағы Пандора жәшігін өзбек билігі өз қолымен өзі ашып отыр: Конституцияға Қарақалпақстан егемендігіне қатысты өзгерістер енгізілмегенде, мұндай дүмпу болмас еді»* (<https://halyqline.kz>., 06.07.22) деп басталады. Бұл аллюзия Ә. Қосанның жиі қолданатын тіркесіне айналған. Екі бірдей саяси мақаласының тақырыбын осы сөзбен қойған. «Пандора жәшігі» тіркесі мәтін тақырыпатын беруде өз орнымен дұрыс қолданылған.

«Биыл «Пандора» компромат жәшігін ашады» атты С. Нұрбабаның мақаласы елімізде болған 2020 жылғы үкіметтің ауыс-түйісіне арналған. Президенттің жарлығымен біраз шенеуніктердің жұмыс орнын босатып, енді бірінің қамауға алынғанын сөз еткен мақалада журналист болып жатқан

оқиғалардың грек аңызын еске түсіретінін алға тартады. Мәтіннен үзінді келтірсек: *«Ежелгі грек аңызындағы «Пандора жәшігі» осындайда еске түседі. Гректер Пандораны жер бетіндегі тұңғыш әйел деп есептейді екен. Зевстің бұйрығы бойынша от құдайы Гефес басқа да құдайлардың көмегімен батпақ пен суды араластырып отырып, Пандораны жасап шығыпты-мыс. Афродита – сұлулық сыйлаған, Гермес – шешен тіл беріпті, Афины – киіндірген.*

*Күндердің-күнінде Пандора Зевстен келген сәлемдемені – Пандора жәшігін ашып жіберген екен, жер әлемді жұт жайлап, сандықтың түбінде тек сығырайған жалғыз үміт қалыпты...*

*Бейнелеп айтсақ, бізде де сол «Пандора жәшігі» ашылуға шақ тұрғандай көрінеді. Соңғы жағдайлар осындай ойға еріксіз жетелейді. Жоғарғы биліктегі алдебір қапылыс, тұтқындаулар, халықтың көңіл-күйі...*

*«Пандора жәшігі» деп тығулы жатқан түрлі компроматтарды айтсақ, «Пандораны» кім деп тануды өзіңіз шешіңіз. Компромат жәшігі толығымен ашылса, «Пандораның» өзіне де оңай болмауы бек мүмкін.*

*Қысқасы, 2020 – жаңа билік үшін «не бел, не белбеу кетер» жыл болғалы тұр...» (<https://nege.kz/news>., 27.01.20).*

Баспасөз беттерінде тағы білім саласын, әлеуметтік жағдайларды көтерген «Ящик Пандоры казахстанского образования: о чём говорят низкие результаты школьников Мангыстауской области?» деген мәтінді, көршілес ел саясатын баяндаған «Таяу Шығыста «Пандора жәшігі» ашылды» мақалаларын кездестіруге болады. «Пандора жәшігі» аллюзиясының қолданысымен Азаттық Радиосының сайтында көптеген саяси мақалалар жарыққа шықты. Соның бірі 2018 жылы шыққан «Қызба мінезді Трамп пен әккі Путиннің кездесуінен не күтеді?» деп аталатын мақала. Мұнда *«Саммитке келетін Путиннің позициясы айқын, ал Трампың позициясы онша айқын емес. Трампың қызба мінезді адам екенін ескерсек, саммитте Пандора жәшігі ашылып кетуі мүмкін»* (<https://www.azattyq>. 22.08.17) деген сөйлем бар. «Талибан» билігіне бір жыл. Жаңа режим ұзақ тұра ала ма?» деген мақалада да осы интертекстуалды байланыстың түрімен төмендегідей сөйлемдерді кездестіруге болады: *«Олар Ауғанстанда тағы бір азаматтық соғыс бола қалса, мәселе шешілмей, қайта Пандора жәшігі ашылып кетеді деп санайды»* (<https://www.azattyq>. 24.04.22). Байқағанымыздай, «Пандора жәшігі» аллюзиясы көбінесе әлеуметтік, саяси дискурста қолданылады екен. Саяси дискурста саяси мәтіндер мәдени, әдеби, тарихи жағдайларды еске ала отырып жазылады. Бұл ерекшелікті жоғарыда талдаған мәтіндерден көруге болады. Аллюзия БАҚ-та маңызды көркемдік құрал саналады. Ол ақпараттың астарлы мағынасын ашуға, аудиторияға әсер етуге және оның мәдени білімін байытуға мүмкіндік береді. Осылайша, аллюзияны тиімді пайдалану журналистер мен БАҚ өкілдері үшін маңызды әдіс болып табылады, ол ақпаратты тереңірек және әсерлі түрде жеткізуге көмектеседі.

Медиа мәтіндерін жинастыру барысында аталған тіркеспен шыққан мақалалардың жеткілікті көлемде ұшырасатынын байқадық, себебін іздеуге тырыстық. «Пандора жәшігі» аллюзиясы көпшілікке танымал және түсінікті.

Журналист осыны біліп өзі жазып отырған күрделі идеяларын қарапайым тілмен жеткізуге тырысады. Одан соң бұл тіркес күшті эмоционалды реакция тудыра алады және журналиске есте қалатындай тақырыпат жасауға көмектеседі. «Пандора жәшігі» аллюзиясы журналиске аудиторияға әсер ету үшін керек. Ол ұсынып отырған хабарламасын күшейтіп жеткізу үшін күшті стилистикалық және риторикалық құрал бола алады. Бастысы журналист бұл аллюзияны пайдаланып, қазіргі болып жатқан оқиғаға тарихи жағдайды кіріктіре отырып, оларды ежелгі миф, аңыздармен, адамзаттың архетиптерімен байланыстыру арқылы мақаласын көпқырлы, қызықты, ерекше ете алады. Және «аллюзия белгілі бір «көпір» қызметін атқарады: ол бұрынғы мен кейінгіні байланыстырады, өткенге ойша оралу тәсілі ретінде көрініп, әлем туралы білімді ұғынуға және жүйелеуге көмектеседі» [71].

Тіл білімінде аллюзия құбылысымен үнемі қатар жүретін реминисценция ұғымы бар. Ғалымдар екеуінің аражігін ажырату қиындық туғызатынын айтады. Бұл туралы көркем мәтінге қатысты аллюзия мен реминисценцияны қарастырған зерттеуші А. С. Адилова былай дейді: «Шынында, бұлардың ара жігін ажырату қиын, дегенмен реминисценция басқа бір әдеби шығарманы еске түсірсе, аллюзия, негізінен, көпшілікке таныс әлеуметтік-мәдени фактімен орай сол көркем шығарма семантикасына қосымша хабар, мағына қосатын элемент. Реминисценция басқа бір мәтінге цитация қағидатымен дәл, еш өзгеріссіз немесе трансформацияланып енгізілсе, аллюзия – мәтінде еркін түрде вербалданатын экстралингвистикалық фактор. Аталған екі интертекст прозалық та, поэзиялық та шығармаларда кездесе береді, қосымша мағына үстейді. Реминисценция әдеби шығармаларда аз байқалса, аллюзия жиі ұшырасады. Реминисценциялар ұлттық және әлемдік әдебиетті еске алғызады. Аллюзиялар тақырыптық-семантикалық тұрғыдан бірнеше топқа жіктеле алады: а) тарихи деректерге аллюзия; ә) саяси оқиғаларға ишара; б) әлеуметтік жағдайларға аллюзия; в) мәдени шараларға аллюзия; г) тұрмыс-тіршілікке қатысты аллюзиялар» [4, б. 90]. Реминисценция – белгілі бір тақырыптың немесе мотивтің қайталануы, яғни еске түсуі. «Реминисценция – бұл мәтінге бейсаналық түрде енгізілген өзге шығармалардан алынған элементтер, оларды оқырман танып, өздігінше түсіндіре алады» [72]. Лингвистикада реминисценция мәтіндік талдау барысында, әсіресе, әдеби шығармаларды зерттеу кезінде маңызды рөл атқарады. Реминисценцияның көмегімен зерттеушілер мәтіндер арасындағы байланыстарды анықтап, тілдің тарихи және мәдени дамуын талдайды. Мысалы, Ю. Лотманның семиотика теориясында реминисценцияның мәтіндердің мәдени контексте байланысын орнатудағы рөлі атап өтіледі [73]. Бұл байланыс арқылы тілдің мәдениетпен өзара әрекеттестігі зерттеледі, сондай-ақ мәтіндер арасындағы ұқсастықтар мен айырмашылықтарды анықтауға мүмкіндік туады. Реминисценцияның бұдан басқа да белгілерін, сипатын ғалым Ю. А. Воронцова кеңінен зерттеп шыққан. Ол қазіргі БАҚ мәтіндеріндегі реминисценцияның коммуникативтік-прагматикалық қыр-сырын түсіндірді. Бұл құбылыстың лингвистикалық жағын ғана зерттемей, оны мәдени феномен ретінде көрсетіп, ұлттық мәдениетпен

тығыз байланысын зерттеді. Реминисценцияны эксплицитті (автор арнайы пунктуациялық-графикалық құралдар арқылы береді) және имплицитті (көбіне оқырманның фондық біліміне сүйене отырып, автор белгілі бір прецедентті мәтінге тек ишара (жанама сілтеме) жасаған кезде қолданылады) деп бөледі де, соңғысына аллюзияны жатқызады. Одан әрі реминисценцияның атауыштық, композициялық, коммуникативтік, мәдениетті жеткізу, дәлелдеу (аргументациялық), жалпылау (қорытындылау), комикалық, прагматикалық қызметтерін санамалап көрсетеді [74].

Газет беттерінде отандық көркем әдебиет туындыларынан цитация арқылы алынған реминисценциялар молынан ұшырасады. Әсіресе олар тақырыпат ретінде көп жұмсалады. «ЖА» басылымында «Ауыл клубында оқып жүр, талай қазақ баласы» тақырыпатымен мақала жарық көрді. «Интернатта оқып жүр талай қазақ баласы» деген А. Құнанбайұлының өлең жолына негізделіп қойылған мақала тақырыбында Павлодар облысындағы жауапсыз мердігерлер мен лауазымды тұлғалардың салғырттығы салдарынан мектеп ғимаратының жөндеу жұмыстары белгіленген мерзімде бітпей, 1-қыркүйек білім күнінде оқушылардың ауыл мәдениет үйінде болғаны жөніндегі келеңсіз оқиға туралы сөз болады.

«Егемен Қазақстан» газетінің бетіне «Интернатта оқып жүр талай қазақ баласы...» (ЕҚ., 06.03.2019) атты мақала шыққан. Журналист тарапынан тақырып еш тырнақшасыз және көп нүкте арқылы берілген. Тыныс белгінің қойылғанына қарағанда айтылмай қалған ой бар сияқты. Бірақ мақалада Кереку жеріндегі басты әрі өзекті мектеп, интернат мәселесі жазылған. Шалғай ауылдың балаларына аудан орталығынан ашылған мектеп жанындағы интернат жағдайын, тіршілігін айтып өткен бұл мәтіннің мазмұны мен тақырыбы бір-біріне сай келеді. Автор мәтін тақырыбын ұтымды қоя білген. Абайдың «Интернатта оқып жүр талай қазақ баласы» өлеңі қазіргі баспасөз беттеріндегі негізгі, көп қолданылатын цитатаға айналған. Оны біз осы тақырыппен жазылған мақала атауларынан байқаймыз. Журналист кей жерінде сөздерін ауыстырып, ал кейде әртүрлі тыныс белгілерін, тырнақша, көп нүкте, үтірлерді қосып береді және көбінесе «Интернатта» деген алғашқы сөз ғана өзгеріп отырады. Мысалы, «Шетелдерде оқып жүр талай қазақ баласы...», «Атажұртта оқып жүр талай қазақ баласы», «Түркияда оқып жүр, талай қазақ баласы», «Пансионатта «оқып» жүр талай қазақ баласы...», «Болашақпен» оқып жүр, талай қазақ баласы...», «Әкімдікте оқып жүр, талай қазақ баласы», «Ескі мектепте оқып жүр талай қазақ баласы...», «Түркияда оқып жүр, талай қазақ баласы», «Интернетсіз оқып жүр талай қазақ баласы», «Интернетті оқып жүр талай қазақ баласы» (ТікТок пен Instagram желілерінің қолданысы туралы), «Робот жасап, оқып жүр талай қазақ баласы», «Медреседе оқып жүр талай қазақ баласы», «Мұхит асып оқып жүр талай қазақ баласы», «Тар бөлмеде оқып жүр, талай қазақ баласы», «Мамлюткада оқып жүр, талай қазақ баласы», «Элистада оқып талай қазақ баласы...», «Талай қазақ баласы Ресейде онлайн оқып жүр», «Орыс сыныбында оқып жүр талай қазақ баласы», «Англияға ағылды талай қазақ баласы»,

«Пәкістанда қаңғып жүр үш жүз қазақ баласы». Бұл мысалдар газет беттерінен алынды және барлығы мақаланың тақырыпаттары. Осы реминисценцияны журналистер тек білімге, оқуға негіздеп жазған мәтіндерден бөлек басқа өзекті мәселелерді көрсету үшін де пайдалануда. Соның бірі – «Жатақхана таппай жүр, талай қазақ баласы» (17.08.2022). Мақала студенттерді жатын орынмен қамтамасыз ете алмайтын еліміздегі жоғарғы білім ордаларына арналған. Немесе «Шетелде жүр жалданып, талай қазақ баласы» мақаласы Кореяда қара жұмыс атқарып жүрген қазақ баласы жайлы. Ал «Қазақ тілін оқып жүр, талай неміс баласы», «Ресейде де оқып жүр, талай Сырдың баласы», «Университетте оқып жүр талай шетел баласы», «Гимназияда оқып жүр, талай ұлттың баласы» деген тақырыпаттарға қарап, «Интернатта» сөзінің ауысқанымен қатар «қазақ баласы» тіркесінің неміс баласы, шетел баласы, Сырдың баласы, ұлттың баласы сияқты сөздермен алмастырылғанын көреміз. Өзгертілмей тұрған – «оқып жүр» және «талай» ұғымдары. Бұл дегеніміз «видоизмененное воспроизведение текста-источника без ссылки на его автора, название и без кавычек» [64, б.9]. Ал «Лондонда тамыр жайған-ды талай қазақ баласы» (22.01.2024) мақала атауында өлеңнің алғашқы бөлігі толығымен өзгерген. Атамекенінен жырақта өмір сүріп жатқан қандастарымыз жайлы жазылған мақаланың атауының берілуі өте ерекше әрі әсерлі. Абайдың өлеңі бірден үйлесе кеткендей. Журналистің тапқырлығын, ұтқырлығын байқай аламыз.

Сол сияқты бұл «Интернатта оқып жүр, талай қазақ баласы» өлеңінің құрамы әбден өзгертіліп, «талай» деген сөзі ғана қалдырылып берілген мақала атаулары да бар. Бірақ Абай өлеңі басқа тіркестермен берілсе де, тақырыпты оқығанда оқырманға бірден сол шығарма еске түседі. Мысалы «ЖА» газетінде шыққан «Сан мен санақ: Қазақстанды таңдапты, талай шетел туристі» мақалаға зер салсақ, мәтінде еҚонақ ақпараттық жүйесі және оның туристік ағымға жүргізетін талдауы жөнінде айтылады. Мақала тақырыбында Абайдың «Интернатта оқып жүр» өлеңіне негізделген реминисценция қолданылған. Бұл өлең жолы поэзия жанрында жиі пайдаланылатын ұлттық мәдени контекстке ие. Журналист бұл реминисценцияны ирониялық мәнде пайдалану арқылы өз мақаласының тақырыбына кекесін сипат беріп, көтеріп отырған мәселесін тереңірек ашуға ұмтылады. Абайдың аталған өлеңі оқырманның ұлттық когнитивті кеңістігінде пародиялық және интертекстуалдық элемент ретінде ерекше орын алады. Осы тәсіл арқылы автор заманауи шындықты және қоғамдағы өзекті мәселелерді бейнелі түрде жеткізеді.

Білім беру саласына қатысты, соның ішінде гранттық қаржыландыру конкурсы мәселесін көтерген «Даудың басы – конкурс құжаттамасы» (17.10.2024) атты мақаласында конкурстың құжаттамасы, оның талаптарына көпшіліктің қарсылығы жөнінде айтылды. Мақала тақырыбы Б.Майлиннің «Даудың басы – Дайрабайдың көк сиыры» атты әңгімесінің атауына сілтеме жасау арқылы беріліп, көтеріліп отырған мәселе мазмұнымен үйлесімді интертекстуалдық байланыс құрайды. Осы реминисценциямен басылым беттерінде «Даудың басы – «Алтын доп», «Даудың басы – «Халық маркасы»,

«Даудың басы – конкурс құжаттамасы», «Даудың басы – кино орталығының питчингі...», «Даудың басы – дуал», «Даудың басы – химиялық қару», «Даудың басы – әйел теңдігі», «Даудың басы... Диверсификация ма?», «Даудың басы – Brexit»: ЕО мен Ұлыбританияға төнген қауіп», «Даудың басы – Флойд өлімі: АҚШ-тағы расизм және «Ресей ықпалы», «Даудың басы – Қарасор», «Даудың басы – «Дауысшардың» қорытындысы», «Даудың басы – қыз жасауы», «Даудың басы – Назарбаевтың екі сиыры», «Даудың басы – бруцеллез» т.б. өте көп мақалалар жарық көрген. Тіптен «Даудың басы – Дайрабаев: маңыздысы мандат па, абырой ма?» деген тақырыпта бағдарлама шыққан. Онда кінәлі деп танылған 2 ұлына сот үкімі шықса да Жигули Дайрабаевтың халық депутаты болуы дұрыс не бұрыс деген жағдай қаралған. Журналист бағдарлама тақырыбын шебер ойластыра білген. Тағы бір көңіл аудартатын бағдарлама атауы – «Даудың басы – Дубайдың шоколады». Мұнда қазіргі күні сұранысқа ие болған, трендке айналған Дубай шоколады, бірақ күмәнді, дау туғызатын қоспалары бар тәттінің құрамы, зиянды жағы қоса айтылады.

«Жусан иісі. Халықтың ақшасын қолды қылған Jusan bank мемлекетке қашан қайтады?» деген газет мәтінінде аталған банктің жұмысындағы кемшіліктер көрсетіліп жазылады. Мақала тақырыпаты ретінде жазушы С. Мұратбековтің «Жусан иісі» повесінің атауы әдейі таңдалып алынған, бұл бейнелілік арқылы мәтінге экспрессивтілік беру көзделген. Алайда банктің әрекеті мен повестің мазмұндық-мағыналық астары бір-біріне қарама-қарсы қойылған: автор шығарманың бастапқы жағымды семантикасын бұрмалап, оны сынға толы жағымсыз контексті жеткізу құралына айналдырады. Осылайша, тақырыпат мәтіннің өзектілігін күшейтіп, автор ұстанымының айқындығын білдіреді.

Журналистердің мақсаты ақпаратты беріп қана қоймай, оқырманға мейлінше әсер ету. Сол үшін интертекстуалдылыққа жиі тоқталады және байқағанымыздай, олар елге танымал, тез ойға оралатын Абайдың өлеңдерін тақырыпат ретінде көп қолданады. Егемен Қазақстан газетіндегі «Бөтен сөзбен былғанса сөз арасы...» мақаласы осыған дәлел. Мәтіннің тақырыбы – трансформацияланбай, ешқандай өзгеріссіз берілген реминисценция. Мұнда Парламентте талқыланған «Медиация туралы» заң жобасының мемлекеттік тілдегі мәтінінің түсініксіз екендігі айтылған. Журналист ана тіліміздің қадірін кетірген мұндай заң жобаларындағы шұбатылған шұбарала сөз тіркестерін өзге ұлт өкілі түгілі қазақтың өзінің түсіне алмайтындығын, аударманың дұрыс жасалмайтынын алға тартады. «Айтайын дегенім, «Бөтен сөзбен былғанса сөз арасы, ол – ақынның білімсіз бейшарасы», деген ұлы Абайдың осы өлең жолдары тек ақындарға ғана арналған десек, әсте қателесеміз» (ЕҚ., 07.04.2011) деп басталған мақаланың атауын автор Абайдың өлеңі арқылы әсерлеп, дәлдеп қоя білген.

Жалпы реминисценция құбылысының бірнеше семантикалық ерекшеліктері бар. Олар, түпнұсқаға нақты сілтеме жасалмаса да келтірілген фразаның әсері, идеясы немесе құрылымы қайта көрініс табады; бастапқы мәтіндегі мағына кейде өзгеруі немесе керісінше дамып, жаңа мазмұнға ие

болуы мүмкін; астарлы мағына беруі мүмкін, кейде тіпті бастапқы мәтінмен байланысы байқалмай қалуы да мүмкін. Біз жоғарыда қараған мақала мәтіндерінен осы ерекшеліктерді көре алдық. Журналистер де бұл интертекстуалды элементті әртүрлі мақсатта қолданады. Сол сияқты реминисценция «БАҚ тілінің көркемдік құралдар қорын байытады, ал екінші жағынан, авторлар таңдаған тілдік тәсілдердің сипатын көрсетеді. Бұл тәсілдер, негізінен, қоғамның бұқаралық сөйлеу мәдениеті аясында қолданылады. Сонымен қатар, олар қазіргі заманғы сөйлеу тілінің сәндік үрдістеріне де жауап береді» [74, б.6].

Сонымен аллюзия мен реминисценция лингвистикада маңызды тілдік құралдар ретінде қарастырылады. Біз жұмысымызда мифологиядан алынған ұғымдарға негізделген «Троян аты», «Пандора жәшігі» аллюзияларына, «Интернатта оқып жүр, талай қазақ баласы», «Бөтен сөзбен былғанса сөз арасы...» сынды отандық көркем әдебиет туындыларынан цитация арқылы алынған реминисценцияларға тоқталдық. Олар мәтіннің терең мағынасын түсіндіруге, мәдени және тарихи контексті анықтауға көмектеседі. Лингвистикалық зерттеулерде бұл ұғымдарды талдау тілдің мәдениетпен және тарихпен байланысын зерттеуге, сондай-ақ тілдің метафорикалық және символикалық мүмкіндіктерін ашуға ықпал етеді.

«Интертекстуалдылық – оқырман санасында бір ассоциация тудыратын, мәтінде жасырын немесе ашық түрде берілетін мәтін түзуші элементтің бірі» [75] және ол – қазіргі заманғы БАҚ-та кеңінен қолданылатын маңызды құрал. Осы құбылыс баспасөз беттерінде аллюзия мен реминисценция арқылы көрініс табады. Бұл туралы зерттеуші А.В. Савченко мынадай пікір айтады: «Интертекстуалдылық – мәтін түзуші элементтер, олар мәтінде жасырын немесе ашық түрде беріледі, оқырман санасында қосымша мағыналық ассоциациялар, аллюзиялар, реминисценциялар туғызып, мәтіннің мағыналық шегін кеңейтуге көмектеседі» [76]. Ал құбылыстар өз кезегінде мәтіндердің мағыналық байланысын зерттеуге мүмкіндік беріп қана қоймай, медиа өнімдерінің түсініктілігі мен әсерін арттыруға қызмет етеді.

Қазақ көркем әдебиетінде, әсіресе поэзияда кеңінен орын алған интертекстуалдылық құбылысы бүгін де бұқаралық ақпарат құралдарының материалдарында да жиі кездеседі. Журналистер көбінесе бұл тәсілді газет мәтіндерінің тақырыптарында қолданады. Мұның нәтижесінде баспасөз беттеріндегі мақалалар мазмұны жағынан нақтыланып, экспрессивтілік тұрғысынан әсерлі бола түседі. Оған дәлел жоғарыда қаралған мәтіндердегі интертекстуалды элементтердің қолданысы.

БАҚ дискурысында жиі кездесетін интертекстуалды элементтердің негізгілері аллюзия мен реминисценцияның ұқсастықтары мынадай:

- Аллюзия, реминисценциялар мәтінге қосымша мағына береді. Ел арасында танымал болған шығармаларға сілтеме жасау арқылы жазылып отырған негізгі мәтінге бояу беріп, оны байыта түседі. Сол арқылы оқырманда жаңа түсінік қалыптастырады, қабылдау деңгейін жоғарылатуға мүмкіндік береді. Бұл көбінесе саяси дискурстағы мәтіндерге қатысты дүниелер.

- Аллюзия мен реминисценциялар тәрбие, моральдық тақырыптағы мәтіндерді жазуда да жиі қолданылады. Құран, Библия сияқты діни кітаптардағы мотивтерді келтіре отырып танымдық, тәрбиелік мәндегі мақалаларды жазуға көмегін тигізеді.

- Аллюзия мен реминисценциялар мәтіндегі кейіпкердің кейпін ашу үшін, яғни білім көкжиегін, көзқарасын көрсету үшін, мәдени санасы мен ойлау ерекшелігін, әлеуметтік ортасын немесе рухани дүниесін сипаттауға мүмкіндік береді, бір сөзбен айтқанда кейіпкерді сипаттау мақсатында пайдаланылады..

- Аллюзия мен реминисценцияларды журналистер қоғамдағы кемшіліктер мен өзекті мәселелерді жеткізу барысында сатиралық, ирониялық, юморлық контекстерде қолданады. Айтқысы келген ойын тарихи, әдеби жағдайлармен байланыстыра әрі салыстыра отырып, оқырманға күлкі сыйлай сыни тұрғыдан баяндап береді.

- Сондай-ақ аллюзия мен реминисценциялар ғылыми, публицистикалық, философиялық мәтіндерде келтірілген фактілерді дәлелдеп нығайта түсу үшін керек. Автор солай өзіне дейінгі кеңінен танылған сапалы еңбектерге, шындық деп танылған тұжырымдарға сүйенеді. Біз қарастырып отырған интертекстуалдылықтың негізгі типетірінің бірі аллюзия мен реминисценциялар мәтінде стилистикалық құрал ретінде осындай бірнеше қызметтерді атқара алады және олар өздері қатысқан мәтінді терең мағыналы, көпжақты, құнды, қызықты әрі тартымды ете түседі.

Біз екі құбылыстың айырмашылығын кестемен көрсетуді жөн көрдік (2-кесте):

Кесте 2- Аллюзия мен реминисценцияның айырмашылықтары

Сипаттамасы	Реминисценция	Аллюзия
Анықтамасы	Автордың не оқырманның бұрыннан таныс, оқыған, тыңдаған көрген шығармасының, яғни есінде қалған мәтіндік немесе мағыналық элементтердің санада еріксіз жаңғыруы.	Автордың не оқырманның жасырын, ым-ишара арқылы, яғни ашық түрде көрсетпей белгілі бір шығармаға, оқиғаға немесе кейіпкерге сілтеме жасауы.
Қолданылуы	Автор жазбасында бұл құбылысты арнайы түрде қолданбауы мүмкін, кейде санадан тыс көрінеді.	Автор саналы түрде қолданады, оқырманға танылатын белгі ретінде енгізеді.
Танымалдық деңгейі	Мәтін бойында өзгертіліп берілгендіктен кей кездері түпнұсқасын табу,	Оқырман санасында қорытып, түсінуі үшін белгілі бір мәтінге нақты

## 2-кестенің жалғасы

1	2	3
	анықтау қиын болады.	сілтеме жасалады.
Тура не жанама байланыс	Жанама байланыс, автор негізгі түпнұсқа мәтінді дәл сілтеме ретінде келтірмесе де оның ықпалы сезіліп тұрады.	Тура байланыс, автор түпнұсқа мәтіннен белгілі бір үзіндіні, бейнені, стильді меңзеп тұрады.

### 1.3 БАҚ тілінің өзіндік сипаты және баспасөз мәтіндерінің зерттелуі

Қазіргі дамыған заманда бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ) қоғам үшін маңызды рөл атқарады. Олар ақпарат таратады, қоғамдық пікір қалыптастырады. Экономика, мәдениет, саясат, әлеуметтану сияқты барлық салаларды қамти отырып, білім мен мәдениетті насихаттауға, саяси әрі әлеуметтік мәліметтерді жеткізіп, бүкіл қоғамға ықпал етуге мүмкіндігі зор. БАҚ – қазіргі қоғамның айнасы, себебі әлеуметтік құбылыстарды көрсетіп, жеткізіп қана қоймай, олардың дамуына әсер етеді. Масс-медиа туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII ҚРЗ. мынадай түсініктеме берілген:

«6) бұқаралық ақпарат құралы – мерзімді баспасөз басылымы, теле-, радиоарна, интернет-басылым;

7) бұқаралық ақпарат құралын таратушы – бұқаралық ақпарат құралының өнімін оның меншік иесімен, баспагермен арадағы шарт бойынша немесе өзге де заңды негіздерде таратуды жүзеге асыратын жеке немесе заңды тұлға;

8) бұқаралық ақпарат құралының өнімі – мерзімді баспасөз басылымының немесе аудиовизуалды туындының жекелеген нөмірінің таралымы немесе таралымының бір бөлігі, теле-, радиобағдарламаның жекелеген шығарылымы, сондай-ақ интернет-басылымда орналастырылған ақпарат» [77].

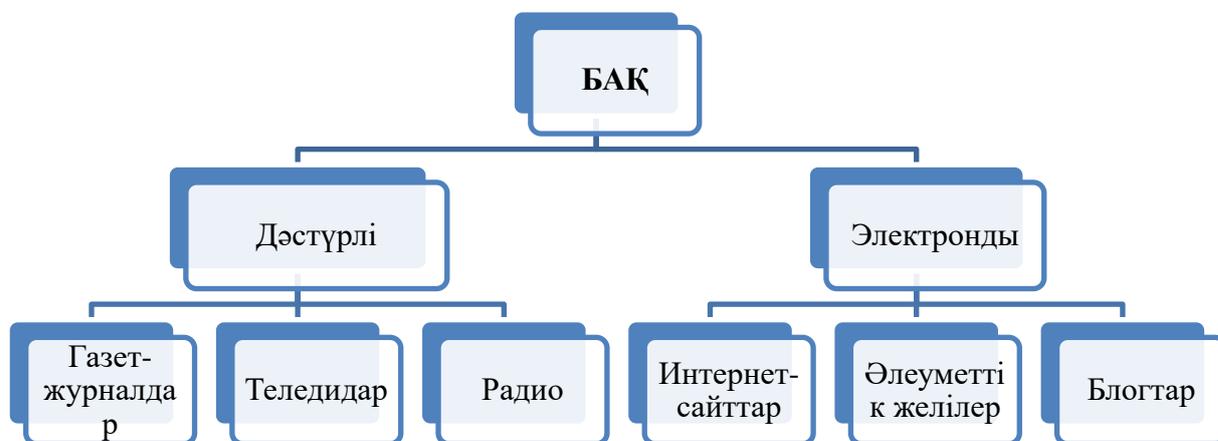
БАҚ визуалды, аудиалды және аудиовизуалды деген түрлерге бөлінеді. Қазір интернет-ресурстар да бір түрі ретінде көрсетіліп жүр, ол заңды да. Заман ағымымен сұранысқа ие, көпшілік оқитын жаңалықтар порталдары, сайт түрлері өте көп. Осыдан келіп бұқаралық ақпарат құралдарын былайша жіктеуді жөн көрдік (сурет 1).

Бұл типтердің барлығының атқаратын міндеттері мен қызметтері бірдей. Бастысы – ақпараттық қызмет. Қоғамға маңызды оқиғаларды, жаңалықтарды, болып жатқан өзгерістерді жеткізу.

Келесі коммуникативтік қызметі. БАҚ қоғам мен билік арасындағы байланысты қамтамасыз етеді. Адамдар осы БАҚ арқылы өздерінің көзқарастарын, пікірлерін білдіре отырып, биліктің өкілдерімен өзара диалог орната алады.

Білім беру, ағартушылық қызмет. БАҚ ғылыми жаңалықтар мен жетістіктер туралы ақпараттар бере отырып білім мен мәдениетті насихаттайды. Тарихи

деректер келтіру арқылы халықтың білім деңгейін арттыруға, халықтың мәдени санасын қалыптастыруға көмектеседі.



Сурет 1 - Бұқаралық ақпарат құралдарының түрлері

Манипуляция жасау қызметі. БАҚ ақпаратты таратумен қатар кей кездері манипуляциялық құралға айнала алады. Шынайы ақпаратты бұрмалап, белгілі бір топтың мүддесіне қызмет етуі мүмкін. Сондықтан берілген хабарды сын тұрғысынан бағалау, дұрыс бағамдай білу өте маңызды.

«Түсініктеме-баға берушілік (деректер көбінесе түсініктемемен, талдаумен немесе баға берушілікпен жеткізіліп отырады.

Ықпал ету қызметі (БАҚ төртінші билік деп атаушылық орын алып жүр).

Олай болуы тегін емес, өйткені күнделікті хабарлар мен материалдардың көпшілікке әсерін былай қойғанда, ел өміріндегі елеулі оқиғаларға байланысты, айталық, жаңа реформалардың қабылдану барысында, Президентті немесе Парламентті сайлау мен олардың қарсаңындағы кезеңдерде БАҚ-тың ағымдағы саясатты түсіндіру мақсатында көп жұмыс істейтіні тәжірибеде айқын көрініп жүр.

Гедонистикалық (әдетте мұндай қызмет көңілді хабарлар мен баспасөзде көңілді мақалалар беру кезінде көзге түседі, дегенмен, әсіресе, радио мен телевизия арқылы кез келген хабардың тыңдармандар мен көрермендердің эстетикалық қажетін өтейтіндей, оларды риза ететіндей хабарлардың тартымды жүргізілуін де осы қызметке жатқызуға болады) [78].

БАҚ тілінің өзіндік сипаты бар. Негізгі ерекшелігі – ақпараттың нақтылығы, дәлдігі. Мақала мәтіні фактілер, деректер, статистикаға негізделеді, оқырманға ақпарат қысқа әрі түсінікті жеткізіледі. БАҚ мәтіндеріне объективтілік тән. Бұл автордың жеке ойы, пікірі, эмоциясын азайтуға бағытталған. Баспасөз беттерінде жарық көрген мәтіндердің стилистикалық

ерекшеліктері болады. Онда сөйлемдер қысқа, түсінікті жазылады. Мәтінде терминологиялық сөздер, әртүрлі клишелер, метафоралар, интертекстуалды элементтер жиі қолданылады. Бұл оқырманға эмоционалды әсер қалдыру үшін қажет. Тағы бір сипаты – жанрдың әртүрлілігі. БАҚ мәтіндері өзіндік стилистикалық, композициялық ерекшеліктерге ие болатын репортаж, сұхбат, фельетон, әдеби мақала, аналитикалық мақала, хабарлама сияқты әртүрлі жанрларда жазылады. Сол сияқты мерзімді бұқаралық ақпарат құралдары уақытпен тығыз байланысты. Әр уақытта ақпарат өзекті болу үшін мәтін тез жазылып, тез таралуы керек. Қоғамда болып жатқан оқиғаларды дер кезінде жеткізу қажеттілігі туындайды, бұл өз кезегінде ақпараттың жаңалығы мен өзектілігіне қойылатын талаптарды күшейтеді. Осы тұрғыдан алғанда, жаңашылдық пен өзектілік мерзімді баспасөздің негізгі сипаттамалары болып табылады.

БАҚ мәтіндерінің тарихы да тереңде жатыр. Баспа ісінің пайда болуымен қатар 15 ғасырда алғашқы баспасөз мәтіндері қалыптаса бастады. Ал қазақ даласында алғашқы мерзімді жарық көрген басылымдар «Түркістан уәлаяті газеті» (1870-1882) мен «Дала уәлаяті газеті» (1888-1902) еді. Кейін «Серке», «Садақ» сияқты және қазақ қоғамы үшін ерекше орын алған, ұлты үшін қызмет еткен қазақ зиялыларының еңбегі, нәтижесі болған «Қазақ» газеті маңызды басылым болды. Солай шыққан газеттер, журналдардың сатылай дамуының арқасында бүгінгі күні олардың тілі мен стилі жоғары деңгейге көтерілген. Газет тілінің осындай ерекшеліктерін зерттеуші ғалымдар жан-жақты зерделеп жүр. Мысалы, Б. Әбілқасымов аталған алғашқы газеттердің лексикасын, фонетика-орфографиялық жүйесін, грамматикалық құрылысын, жазба әдеби тілдің тарихын [79], шәкірті Ш. Мажитаева қазақ әдеби тілінің тарихын зерттеген [80]. А. Алдашева өзінің «Қазақ лексикасындағы жаңа қолданыстар» (1991) атты кандидаттық диссертациясында 1970–1990 жылдар аралығындағы мерзімді басылымдар тіліндегі жаңа лексикалық бірліктерге талдау жүргізген [81]. Б. Қ. Момынова «Қазақ газеттерінің лексикасы: жүйесі мен құрылымы» еңбегінде кең аудиторияға танымал әрі кең таралымға ие «Қазақ» газетін үлгі ретінде алып, ондағы баспасөз мәтіндерінің ішкі құрылымын және мазмұндық сипатын қарастырады. Сондай-ақ, автор журналистердің мәтін құрастыру барысында қолданатын лексикалық құралдарын лингвистикалық тұрғыдан талдайды [82]. «Научно-популярная периодика Казахстана: истоки, становление и перспективы развития» деген жұмыс жазған М. Мұқашеваның мақсаты Қазақстан журналистикасының тарихы мен дамуын зерттеу болды. Автор ғылыми-көпшілік журналистиканың қоғам өмірінде алатын орны мен дәрежесіне, ерекшелігіне тоқталады [83]. Ғалым С. Иманбердиева бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін логоэпистемалардың берілуін, трансформациялануын [84], Ф. З. Жақсыбаева газет мәтіндерінің прагматикалық қызметін [85], Н. Ж. Даулеткереева қазақ баспасөз беттеріндегі қайталама құбылысының прагматикалық мәнін [86], А. А. Аширова газет мәтіндерінің синтаксистік құрылымын, тақырыпаттардың синтаксистік ерекшеліктерін [87], Г. О. Сейдалиева мерзімді баспасөздегі стереотиптердің

лингвопрагматикалық ерекшеліктерін [88], Қ. К. Кенжеханова қазақтілді басылымдардағы саяси дискурстың когнитивтік және прагмалингвистикалық компоненттерін [89] зерттеді. С. С. Аубакирова болса «The New York Times» газетінің дискурсына прагмалингвистикалық және лингвомәдени ерекшеліктер тұрғысынан талдау жүргізе отырып, газет мәтінін қабылдаудың кешенді үлгісін алғаш рет ұсынды [90]. Сол сияқты бұқаралық ақпарат құралдарының аудиовизуалды түріне жататын телехабар тілінің зерттелуі де кенже қалып жатқан жоқ. Қазақ тіл білімінде бұл мәселенің бастамасы М. Серғалиевтің еңбектерінде жатыр. Тіл мәдениеті, телехабарлар тілінің лексикасын, стилін қарастырған ғалым радио тілін де зерттеген болатын. Телехабарлар тіліндегі кемшіліктер мен олқылықтарды айтып газетке мақалалар шығарған [91,92]. Одан әрі медиамәтіндердің қалай құрылатынын, қандай да бір стратегияларды пайдаланып, көрермендерге қалай әсер ететінін түсінуге мүмкіндік беретін теледидар тілінің лингвопрагматикалық жағын зерттеген ғалым Г. А. Машинбаева болды. Теледидар тілін, ондағы ерекшеліктерін, теледидар тіліне қатысты қолданылатын термин сөздерді талдаған монографиясы «Теледидар тілінің лингвопрагматикалық аспектілері» деп аталады. Ғалым «Хабар», «Қазақстан» телеарналарында болатын «Кеш қалмаңыз, «Азамат», «Ақжүніс» сияқты бағдарламалардың тілдік сипатын аша білген. Жарнама тілімен қатар ток-шоу жанрының да тілдік ерекшеліктерін байқай отырып мынадай пікірін білдіреді: «Ток-шоу жанры ойын-сауықтық жанр болғандықтан, оның атқаратын міндеті де күрделі. Ток-шоудың тілін талдай отырып, оның құрамында бірнеше ерекшеліктер болатындығы анықталды: 1) ауызекі сөйлеу тілінің элементтері; 2) сыпайылық категориясы; 3) қалжың категориясы; 4) диалог, монолог; 5) тақырыпқа сәйкес қойылатын дәстүрлі сұрақтың болуы; 6) бағалауыштық категориясын анықтайтын тілдік құралдар; 7) бейвербалды амалдар» [93]. Телехабарлар тілінің табиғатын бағамдаған тағы бір зерттеу жұмысы – Д. Бисмильдинаның «Ресми телехабарлар тілі» еңбегі. Мұнда телехабарлар тілінің зерттелу тарихынан бастап телехабарлар тіліне қойылатын талаптар, телехабарлар тілінде орын алатын кемшіліктер және оларды жою жолдары жайлы жазылған. Автор кітабында телехабарлар тілінің лексикалық қабатын зерттеп, онда кездесетін актив және пассив сөздердің қолданылу аясы жайлы жазып, мынадай қорытынды жасайды: «біріншіден, қоғамда болып жатқан жаңалықтар телехабарлар тіліндегі жалпы қолданыстағы сөздердің лексикалық мағынасы арқылы беріледі. Актив сөздердің қолданылу және таралу аясы шексіз болғандықтан, оны барлығы түсінеді, ол жалпыға ортақтығымен, таралу ауқымының кеңдігімен ерекшеленеді» [94]. «Телехабарлар тілінің термин жасаудағы рөлі» деп аталатын тараушасында спорт терминдерінің 119 түрін келтіреді. Спорт жаңалықтарындағы метафора, эпитет сияқты тілдік айшықтаулардың көп кездесетінін дәлелді түрде көрсетеді. Жалпы газеттер термин қалыптастыруда өте маңызды орын алады. Газет – қоғамға жаңа ұғым, жаңа мағына, тіпті жаңа идеяны жеткізуші. БАҚ ғалымдар тарапынан жаңалықтар ашқанда пайда болған терминдерді таныстыруда маңызды рөл атқарады. БАҚ терминді қолдануда бірізділікті сақтауға

көмектеседі. Терминдердің пайда болуы тілдік өзгерістерге әкеледі, осы сәтте БАҚ тілдің табиғи түрде дамуына ықпал ете алады. Ғалым Ә. Ж. Әміров осы мәселе жөнінде зерттеу жасап, баспасөз беттеріндегі қазақ терминологиясын қарастырды. Әсіресе ұлттық терминологияны қалыптастырудағы «Ана тілі», «Егемен Қазақстан», «Қазақ әдебиеті» газеттерінің рөлі мен маңызын көрсетеді. Сол сияқты газеттерде термин жасауда орын алатын кемшіліктерді де былайша санамалап өтеді: «біріншіден орысша, қазақша бір ұғымды білдіретін терминдердің жарыса қолданылуы, екіншіден қазақ тіліндегі көп баламалы терминдердің жарыса қолданылуы, үшіншіден осы жаңа сөздердің, оның ішінде біріккен сөздердің жазылу барысындағы белгілі бір норманың сақталмауы» [95]. Осы уақытқа дейін БАҚ тілі, соның ішінде газет, теледидар, жарнама тілі прагматикалық, лингвомәдени тұрғыдан көп зерттеліп келді. Кішкене кенже қалған радио тілі сияқты. Ал бүгінгі таңда заман талабына сай медиа мәтіндердің дискурсы зерделеніп жүр. Мысалы, осы дискурс тақырыбын кеңінен зерттеп жүрген К. Садирова қазақ және ағылшын саяси медиамәтіндерінің риторикасын салыстырмалы түрде талдады. Автор зерттеуінде басылым беттеріндегі әртүрлі контекстің саяси шындықты қалыптастырудағы рөлін айқындады [96]. Ал Г. С. Әбдікерімова саяси медиадискурста лингвомәдени интертекстуалдылықтың қалай көрініс табатынын және оның ақпаратты репрезентациялау мен түсіндірудегі қызметін қарады. Зерттеу француз тілінде жарияланған саяси мақаланы негізге ала отырып, саяси медиамәтінде прагматикалық және лингвомәдени мәндердің қалай енгізіліп, олар реципиент тарапынан лингвомәдени құзыреттілік негізінде қалай қабылданатынын зерделеуге бағытталған [97]. Р. М. Бактиярова медиадискурстағы концепт көрінісіне тоқталды. Зерттеу жұмысында медиамәтіндердің ықпалы арқылы қалыптасатын «іскер әйел» концептісінің мазмұндық-құрылымдық сипаты, оның менталдық моделіндегі негізгі дифференциалды белгілері мен тілдік құралдар жүйесі, сондай-ақ әлеуметтік ортаның концепт түзілуіне тигізетін прагматикалық әсері жан-жақты әрі кешенді түрде талданады [98]. З. К. Темиргазина болса қазақ қоғамындағы орыс тілді медиадискурста кездесетін «өзге» («чужой») концептісін қараған. Қарапайым халықтың көзқарасында «өзге» (бөтен) ұғымын беретін жағымсыз бейнелер ретінде парақор шенеуніктерді, коммуналшыларды алады. Сөйтіп автор қоғамда жиі кездесетін, барлығына белгілі, бірақ бәрібір жақтырмайтын, жат көрінетін кейіпкерлердің мәдени санада үнемі «өзге» болып қалатынын, көпшілікке сіңісе алмайтынын айтады [99].

Бұдан бөлек қазіргі заманғы зерттеулер баспасөз мәтіндерінің тілін цифрлық технологиялар контексінде талдауға бағытталған. Осыдан келіп ғылымда «медиамәтін» ұғымы пайда болды. «Медиатекст термині бірқатар алдыңғы қолданылған терминдердің гиперонимі болып табылады: журналистік мәтін, PR-мәтін, публицистикалық мәтін, газет мәтіні, теле және радио мәтін, жарнамалық мәтін, интернет-БАҚ мәтіні және т.б. Медиатекстің негізгі үш қызмет ету саласы – журналистика, PR және жарнама» [100]. Ғалым Н. А. Кузьмина жұмысында осы аталған мәтіндердің барлығын бір сөзбен

медиамәтін етіп көрсетеді де, әрқайсысына тоқтала отырып кеңінен зерттеу жасайды. «Медиамәтін медиалингвистиканың объектісі» деп аталатын бөлімнің бір тараушасы интертекстуалдылық мәселесіне арналған. Медиамәтіннің негізгі категориясы ретінде саналған интертекстуалдылықтың баспасөз бетіндегі негізгі қызметтерін де қарастырған:

- Хабарламаның бір бөлігін нақты әрі дәл жеткізу қызметі. Бұл жағдайда цитата мәтіндегі белгілі бір ойды нақтылап, оқиғаның ресми дәлелі ретінде мақаланың мазмұнын толықтырып, тереңдете түседі.

- Беделді дереккөзге сүйену қызметі, яғни «авторитетті дерекпен негіздеу» функциясы. Мұндай дәйексөздер көбінесе жаңа фактілерге негізделген материалдарда қолданылады, мысалы, статистикалық деректер, сауалнама нәтижелері, түрлі болжамдар мен жобалар жөніндегі ақпараттарда. Осындай материалдардың композициялық құрылымы әдетте дереккөзге сілтеме жасай отырып, біреудің тілін жеткізудің жолы саналатын тура және жанама форма арқылы берілген цитата және қысқаша баяндалған мазмұнды қамтиды.

- Пиар арқылы таныту және ілгерілету қызметі. Бұл функция қоғамда әлеуметтік және қоғамдық пікір қалыптастыруды көздейді: қоғам қайраткерлері мен саясаткерлердің, саяси партиялар мен өндірістік компаниялардың жағымды бейнесін жасауға, сондай-ақ тауарлар мен қызметтерді, сауда маркаларын насихаттауға, түрлі идеялар, жобалар мен шешімдерді жұртшылыққа ұсынуға бағытталады.

- Аргументация қызметі (қарсы аргументация). А. А. Негрышевтің тұжырымдауынша, оның пиар арқылы алға жылжыту қызметінен айырмашылығы – белгілі бір мәселеге қатысты кемінде екі түрлі көзқарастың ұсынылуы, олардың біреуі прагматикалық тұрғыда аргумент (қарсы аргумент) ретінде белгіленеді.

- Жауапкершілікті ауыстыру функциясы. Мұнда цитата жасаған автор көпшіліктің алдында айтылған сөзіне жауапкершілік алуы тиіс. Мысалы жаңалықтарда келтірілетін «N агенттігінің хабарлауынша», «X газеті», «Y журналы» деген тіркестер келесі мағыналық интенцияны жүзеге асырады: мен ақпараттың шынайылығы үшін жауап бермеймін, барлық жауапкершілік сілтеме келтірілген субъектіге жүктеледі.

- Метақұбылыс қызметі (Метасобытийная функция). Бұл қызмет мәтіннің өзі «дереккөз» ретінде коммуникативтік оқиғаға айналғанда жүзеге асады. Көбінесе қоғамда мемлекетаралық, халықаралық деңгейде үлкен дау тудырған саясаткерлердің мәлімдемелері болып табылады.

- Эстетикалық қызмет. Бұл қызмет тілдің экспрессивті құралдарымен байланысты.

- Бағалау қызметі бұрын аталған бірнеше функцияларды (әсіресе, беделге сілтеме, аргументация, пиар-жылжыту және т.б.) сүйемелдеп, солармен бірге жүреді.

- Манипуляция қызметі. Аталған қызметті журналистер жиі пайдаланады. Олар цитатаны қысқартуы, керісінше кеңейтуі мүмкін және өзінше түсініктеме

береді. Сөйтіп ол цитата оқырманға әсер ететін, манипуляция жасайтын қуатты құралға айналуы мүмкін.

- Парольдік қызмет (шектеуші функция) – лингвомәдени бірліктерге, «фондық» цитаталарға тән. Осы қызмет арқылы оқырман мен автор арасындағы «өзім/өзге» (свой/чужой) деген қатынас белгіленеді. Егер оқырман берілген цитатаны танып қалса, ол автор жазады деп болжанған «өзінің шеңберіне» – оқырмандар шеңберіне қосылады.

- Көңіл көтеру қызметі. Бұл функция көбінесе мәдениет, шоу-бизнес, киноиндустрия және т.б. өкілдерінің цитаталары берілетін түрлі жұлдыздар өмірі жайлы хабарларда кездеседі. Коммуникативтік бағытымен ерекшеленеді [100, б.30-37].

Ғалым М. Ю. Казак пен А. А. Махова медиалингвистикадағы интертекстуалдылық құбылысының қолданысын қарастырған болатын. Журналистік мәтіндердегі интертекстуалдылықтың әртүрлі элементтер арқылы берілуін көрсеткен. Мысалы цитаталар, реминисценциялар, аллюзиялар және парафразалар сияқты қосымшаларға, интертекстемаларға кеңінен тоқталады. Мақала басында бұл ұғымға былайша анықтама беріп кетеді: «Біз үшін интертекстема – кеңірек ұғым, ол қазіргі заман адамдарының ойларын, пікірлері, бағаларын беретін мәтіндік кеңістікке енгізілетін дәстүрлі цитаталарды (1) және әлемдік және ұлттық мәдени мұраға сілтеме жасайтын мәдени белгілерді қамтиды (2). Бірінші түрдегі цитаталар «өзекті интертекстемалар» деп аталады, ал екінші түрі — «мәдени интертекстемалар» терминімен белгіленеді» [101]. Одан соң автор өзекті интертекстемаларды саясаткерлер мен қоғам қайраткерлерінің мәлімдемелері, сондай-ақ сарапшылардың көзқарастары қамтылған түрлі ақпарат көздерінен іздестіреді. Сол сияқты ғалымдар М. Ю. Казак, А. А. Махова мақалада өзекті және мәдени интертекстемалардың бірнеше функцияларын талдайды. Олардың ақпарат жеткізудегі, бейне жасаудағы, аргументтерді одан әрі күшейтудегі және назар аудартудағы рөлін атап көрсетеді. Қысқаша тоқталсақ:

1. Ақпараттық функция. Өзекті интертекстемалар үшін басты рөл атқаратын бұл функция мәдени интертекстема үшін негізгі деген қызметке жатпайды. Себебі ақпараттық функцияның мәдени интертекстема арқылы жүзеге асуы ерекше жағдайларды талап етеді. Өзекті интертекстема қазіргі таңдағы өзекті әрі маңызды оқиғалар туралы ақпаратты берсе, мәдени интертекстема белгілі бір тарихи жағдайларды көрсетуі мүмкін.

2. Апеллятивтік функция. Өзекті және мәдени интертекстемалардың екеуінде де көрініс беретін түрі. Беделді деген дереккөздерге немесе авторларға сілтеме жасау арқылы жүзеге асады. Алғашқы түрі билік басындағы тұлғалар, сарапшылар, куәгерлер не оқиғаға қатысы бар адамдарға сілтеме жасау арқылы жүзеге асады. Осы апеллятивтік интертекстемаларда біреудің пікірі немесе мәлімдемесі жалпылама сипатта беріледі. Ал мәдени апеллятивтік цитаталар ұлы ойшылдардың, даналардың сөздеріне, Библия сияқты кітапқа, фольклорлық жанрларға, халықтың эпостық жырларына, көркем әдебиет туындыларына және тарихи оқиғаларға сілтеме жасайды.

3. Аргументативтік функция. Интертекстеманың барлық түрлерінде маңызды рөл атқарады. Журналистер өздерінің көзқарастарын, пікірлерін негіздеу үшін осы өзекті және мәдени материалдарды дәлел ретінде қолданады. Бұл функция дәл осындай көзқарастар қақтығысында интертекстемалардың үйлесуі арқылы бір-біріне қарсы тұрып немесе керісінше, бірін-бірі толықтырған кезде айқын көрінеді.

4. Метажағдайлық функция. Өзекті интертекстемалар үшін үлкен маңызға ие. Себебі қоғамда резонанс тудыратын түрлі оқиғалар мен мәтіндер журналистер тарапынан міндетті түрде талданып, оларға пікір айтылып отырады. Журналист мәтіннің құрамына енгізілген интертекстемалардың мәнін түсіндірген кезде ғана мәдени цитаталардың метажағдайлық қызметі жүзеге асады.

5. Назар аударту функциясы. Мәдени интертекстема үшін негізгі жетекші рөлді атқарады. Себебі интертекстуалдық элементтер әрқашан аудиторияның назарын өзіне тартады.

6. Экспрессивті-бағалау функциясы. Мәтінге әртүрлі бояу беретін мәдени белгілер үшін негізгі рөлді атқарады. Өзекті интертекстемаларда бұл функцияларды ажыратуға болады, өйткені цитаталар тек эмоциялық-бағалау ортасына ғана емес, сол сияқты рационалды бағалаулармен байланысқан сөйлеу контекстіне де енеді.

7. Ойын-сауық, көңіл көтеру функциясы. Өзекті интертекстемаларды сипаттау кезінде тілдік ойындар арқылы көрінеді. Сән-салтанат хроникаларында, ойын-сауық айдарларында кездеседі.

8. Пиар арқылы алға жылжыту қызметі. Өзекті интертекстемаларға ғана тән. Бұл функция мұқият таңдалатын цитаталық материалдар арқылы жүзеге асырылады, яғни саясаткерлер, партия қызметкерлерінің, коммерциялық құрылымдардың жақсы жақтарын көрсету.

9. Жауапкершілікті ауыстыру функциясы. Бұл рөлде адресант саясаткерлердің немесе басқа елге танымал адамдардың пікірлерін қайталап жеткізеді. Бірақ өз атын көрсетпей бүркемелеп басқа адамның атымен қорғанады. Сөйтіп бар жауапкершілікті басқа мәтінге жүктейді.

10. Парольдік және фатикалық функциялар. Мәдени интертекстемаларға ғана тән. Бір-бірімен тығыз байланысты, бірін-бірі толықтырып отыратын бұл функциялар мәтін авторы мен оның аудиториясы арасында коммуникативтік ынтымақтастықты, қарым-қатынасты орнатады [101, б.93-103].

Интертекстуалдылық құбылысына, оның зерттелу тарихына тоқталмай өздерінің зерттеу аспектісін қарастырған зерттеушілер М. Ю. Казак, А. А. Махова интертекстуалдылықты кең мағынада алғанда оны мәтіндегі цитаталық элементтер ретінде қарастыруға болатынын, журналистік мәтіндерде бұл құбылыстың түрлі формаларда – мысалы, реминисценция, аллюзия, парафраз немесе тікелей цитаталар түрінде көрініс беретінін айтады. Зерттеушінің ойынша, мұндай интертекстік элементтер мәтінге әртүрлі тәсілдермен енгізіледі және оқырманның таным деңгейі мен жадына өзіндік әсерін тигізеді [101, б.98]. Байқағанымыздай, авторлар интертекстуалдылықтың

БАҚ-та көпқабатты күрделі құбылыс екенін, мәдени жад пен шындықтың, ақиқаттың өзара араласып әрекеттесуі арылы коммуникативтік кеңістікті құруға мүмкіндік беретінін жан-жақты көрсетеді.

Ал қазақ тіл білімінде «медиа-мәтін» терминінің мағынасын ашып, «БАҚ арқылы жүзеге асырылатын ақпараттық-коммуникативтік процестің маңызды элементі – медиа-мәтінді ақиқат болмысты репрезентациялайтын және интерпретациялайтын аса қуатты құрал ретінде қарастырған» [102] ғалым Қ. Есенова қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасын зерделеді. Зерттеу жұмысында автор медиа-мәтінге қатысты мынадай тұжырымдар жасайды:

«Медиа-мәтін – БАҚ арқылы жүзеге асырылатын ақпараттық-коммуникативтік процестің маңызды элементі;

Медиа-мәтін қарым-қатынастың өзге түрлерінің жүзеге асырылуы үшін қолданылатын сөзжұмсамдық әрекет формасы;

Коммуникацияның аяқталған, тиянақты және тұтас бірлігі;

Медиа-мәтін ақиқат болмыстың қандай да бір үзігінің репрезентациясы болып табылатын күрделі, құрастырылмалы моделі;

Медиа-мәтін – оқиғаларды, құбылыстар мен процестерді интерпретациялаушы көп құралдың ішіндегі аса әлеуеттісі;

Медиа-мәтін – мәтіндік интерпретациялаушы механизмдер әрекетінің жемісі;

Медиа-мәтінде – әсер етудің прагматикалық стратегиялары жүзеге асырылады;

Медиа-мәтін – әлеуметтік регуляцияда қолданылатын қуатты құрал;

Медиа-мәтін – ғаламның медиа бейнесін қалыптастырушы негізгі фактор болып табылады» [102, б.12].

Қазіргі күнгі дәстүрлі әрі электронды БАҚ түрлерінің барлығын «медиа-мәтін» деп бір сөзбен берудің өзектілігін көріп отырмыз. Медиа-мәтін медиа құралдары арқылы жасалған кез келген мәтін және ол медиа платформалар арқылы ақпаратты, мәдени құндылықтарды таратуды көздейді. Цифрлық технологияның кең таралуының себебінен медиа-мәтіндер өте белсенді түрде қолданылуда. Медиа-мәтіндердің басты ерекшеліктерінің бірі оның мультимодальділігінде – теледидардағы бейнелер, радиодағы дыбыс, газеттегі мәтін сияқты әртүрлі бейнелеу құралдарының бірігуі. Содан соң интертекстуалдылығында – басқа мәтінге, мәдени кодтарға сілтеме жасау арқылы күрделі байланыс жасау. Тағы бір ерекшелігі – гиперсілтемелер арқылы бір мәтіннен екінші бір мәтінге өту мүмкіндігін туғызатын гипермәтінділік.

Біз зерттеу жұмысымыздың I тарауында интертекстуалдылық құбылысына, оның зерттелу тарихына, интертекстуалды элементтерге, соның ішінде аллюзия мен реминисценция түрлеріне және БАҚ тілінің зерттелуіне тоқталдық. Бұл тақырып шетел және орыс лингвистикасында жан-жақты қарастырылған, қазақ тіл білімінде әлі де зерттелуді талап етеді. Оны Васильев, Фокина, Фатеева, Калыгин, Воронцова, Лотман, Пьеге-Гроның, Женнет, Дроновалардың еңбектерінен көре аламыз. Жұмысымызда аталған және басқа да ғалымдардың зерттеулерімен танысып қысқаша шолу жасадық. Интертекстуалдылықтың

БАҚ-тағы көрінісін қарастырдық. Әсіресе газет мәтіндеріндегі көп кездесетін аллюзия мен реминисценцияның қолданысын, атқаратын қызметін қарап сипатын ашуға, екі ұғымның айырмашылығы мен ұқсастығын, байланысын беруге тырыстық. Жұмыста қазақ баспасөз тілінің зерттелуі мәселесі қозғалды. Газет тілінің лексикасы, прагматикасы сияқты тілдік ерекшеліктерін қараған ғалымдардың еңбектерін сараладық.

Жалпы алғанда, интертекстуалдылықтың бұқаралық ақпарат құралдарындағы рөлі айтарлықтай маңызды болып табылады. Бұл феномен БАҚ мәтіндерінің бір-бірімен байланысын қамтамасыз етіп, ақпараттың мазмұндық тереңдігін, өзектілігін және көпқырлы сипатын арттыруға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, интертекстуалдылық ақпаратты қабылдаушы аудиторияның әдеби-мәдени көкжиегін кеңейтіп, олардың интеллектуалды және мәдени сауаттылығын көтеруге ықпал етеді. Осы аталған ерекшеліктерді жақсы білетін журналистер ақпаратты көпшілікке жеткізу барысында интертекстуалды тәсілдерді жиі қолдануға бейім тұрады. Әсіресе бұл үрдіс БАҚ-та жарияланатын материалдарға тақырып қою кезінде анық байқалады. Мұндай тәсілдің жиі пайдаланылуы ақпараттың тартымдылығын күшейтіп, мәтіннің мағыналық қабаттарын байыта түседі.

## **2 БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ ПРЕЦЕДЕНТ-ТІЛІК: ТІЛДІК КӨРІНІСТЕР МЕН МӘДЕНИ КОДТАР**

### **2.1 Тіл біліміндегі прецедентті құбылыстардың теориялық негіздері**

Интертекстуалдылық құбылысының теориясын, типтік элементтерін, жалпы сипатын, ерекшеліктерін зерттей келе, газет мәтіндеріндегі интертекстуалдылықты прецеденттік феномендер арқылы талдауға болады деген тұжырым жасауды жөн көрдік. Өйткені прецедентті құбылыстар интертекстуалды байланысты қалыптастыратын негізгі маркердің бірі бола алады. Бұл туралы ғалым Э. М. Аникина былай дейді: «Газет стиліндегі бұқаралық-ақпараттық дискурстың интертекстуалдық құрамын талдау прецеденттік тұрғысынан қарастырғанда орынды болып табылады. Прецеденттік феномендер – интертекстуалдылықтың тезаурустық формалары ретінде түсіндіріледі және олар интертекстуалдық байланыстарды жасау және/немесе талдау барысында құрал ретінде қызмет етеді» [20, б.5]. Яғни прецедентті құбылыстар интертекстуалды байланыстардың, интертекстуалды сілтемелер жасаудың негізі ретінде жұмсалады. Көпшілікке таныс, мәтінге қосымша мағына беретін цитаталардың, тұспалдаудың басты дереккөзі болады, сөйтіп аудиторияға ортақ мәдени ұғымды қалыптастырады. Соңында прецеденттік құбылыстарға негізделген интертекстуалды элементтер берілген мәтінмен таныс, хабары бар адамдар үшін түсінікті әрі мағыналы бола бастайды. Прецеденттілік ұғымы алғаш рет ғалым Ю. Н. Карауловтың еңбектерінде қарастырылған. Бұл түсінікті әртүрлі зерттеушілер түрлі қырынан талдайды: В. В. Красных, И. В. Захаренко және Д. Б. Гудков оны когнитивті лингвистиканың бір элементі ретінде бағаласа, Ю. Н. Караулов пен Ю. А. Сорокин прецеденттілікті психолингвистикалық талдаудың нысаны ретінде қарастырады. Сонымен қатар В. Г. Костоморов, Ю. Е. Прохоров, Н. Д. Бурвикова, Е. М. Верещагин, Е. А. Журавлева, Г. Б. Мадиева, З. К. Ахметжанова және Н. А. Таирова сынды бірқатар ғалымдар бұл ұғымды лингвомәдениеттанудың құрамдас бірлігі ретінде қарастырады [103]. Ал прецедентті феномендерді ғалым «В. В. Красных дискурстың ұлттық құрамдас бөлігі ретіне саналатын ментефактілерден бастап зерттейді» [104]. Бұл феномендер шартты түрде үш топқа бөлінеді:

біріншісі – қоғамдағы кез келген адамға түсінікті әлеуметтік сипаттағы прецеденттік құбылыстар;

екіншісі – белгілі бір ұлт өкілдеріне, яғни ұлттық-мәдени қауымға тән әрі соларға ғана түсінікті ұлттық прецеденттік бірліктер;

үшіншісі – бүкіл адамзатқа ортақ, жаһандық деңгейде қабылданатын универсалды прецеденттер. Ғалым бұл категориялардың уақыт өте келе бір-бірімен алмасып, өзара ауысуы мүмкін екенін де атап өтеді. Прецедентті құбылыстарды ұлттық когнитивтік қабат ретінде қарастырған зерттеуші В. В. Красных олардың сипатын былай көрсетеді. Прецедентті феномендер ұлттық лингво-мәдени қоғам өкілдерінің барлығына белгілі болады; когнитивтік тұрғыдан өзекті болып келеді; сонымен қатар ұлттық лингво-

мәдени қоғам өкілдерінің тілінде жаңарып отырады. Орыс ғалымы Д. Б. Гудков болса өз жіктеуінде әлеуметтік-прецеденттік феномен, ұлттық-прецеденттік феномен және универсалды-прецеденттік феномендермен қоса *автопрецедентті феномен* деген түрін көрсетеді. Ол – жеке тұлғаның санасында көрініс тапқан, танымдық, эмоционалды және аксиологиялық маңызы бар феномен [105].

Прецедентті феномендерді ғалымдар (В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, А.Д. Васильев, Д. В. Багаева) құрылымдық және семантикалық тұрғыдан төрт негізгі топқа бөледі. Бұл туралы осыған дейінгі жұмыстарымызда тоқталып, төмендегіше көрсеткен болатынбыз:

«- Прецедентті есімдер – мәтінде қолданылатын көпшілікке кеңінен танымал жалқы есімдер. Оларды белгілі бір оқиғаларға негізделген мәдени белгі, символ десек те болады. Орыс ғалымы В. Красных прецедентті есімдердің құрылымы дифференциалды сипатты құрайтын өзектен (ядро) және периферия қабатынан тұрады деп көрсетеді.

- Прецедентті жағдайлар – адамның санасында нақты бір жағдайдың, болған әрекеттің, оған қатысушылардың көрініс табуы. Лингвомәдени қоғамның когнитивтік базасына кіретін және сол әлеуметтік ортаға таныс нақты бірегей жағдайлар.

- Прецедентті айтылымдар – сөйлеу тілінің өнімі, белгілі бір лингвомәдени қоғамда өмір сүретін тұлғалардың барлығына таныс болатын, белгілі бір жағдайларда олардың тілдерінде қайталануы мүмкін бірлік. Прецедентті айтылымдарға цитаталар, мақал-мәтелдер жатады.

- Прецедентті мәтіндер – қоғамның кез келген «орташа» деген өкілдерінің барлығына белгілі, сол ортада маңызды орын алатын, қарым-қатынас барысында жаңарып отыратын негізгі толық мағынасы бар өнім» [106].

Біз зерттеу жұмысымызда көбінесе орыс және қазақ ғалымдарының ғылыми жұмыстарына шолу жасадық. Себебі «Еуропалық және Американдық тілдік дәстүрлерде прецеденттік феномендер көбінесе аллюзия немесе интертекстуалдылық көріністері ретінде танылады (бірақ «прецеденттік феномен» термині тілдік зерттеулерде жиі қолданылмайды). Интертекстуалдылықтан айырмашылығы, прецеденттік феномендер ақпарат алушыға оңай және дереу танылуы тиіс, ал интертекстуалдылық аз тәжірибесі бар оқырмандар үшін байқалмауы мүмкін» [107].

Е. А. Нахимованың монографиясында БАҚ-тағы прецедентті есімдердің типологиясы, мәтін мен дискурстағы атқаратын қызметі зерттелген. Жұмысында «Наполеон» прецедентті есіміне ерекше тоқталып, оның дифференциалды сипатын ашады. Прецедентті есімдер туралы, журналистердің оларды қолданудағы мақсатын былайша топшылайды: «Бұл есімдер мәтінде нақты бір адамды (немесе жағдайды, қаланы, ұйымды т.б.) білдірмейді, керісінше олар мәдени белгілер ретінде қолданылады және белгілі бір сипаттамалардың, оқиғалардың, тағдырлардың символына айналады. Соңғы жылдары БАҚ-та пайдаланылатын прецеденттік концептілер саны жедел өсіп, олардың қолданылу жиілігі артуда, бұл жағдай заманауи коммуникативтік

ахуалға тән постмодернистік парадигмамен байланысты... Прецеденттік есімдерге жүгіну – отандық коммуникацияның дәстүрлі ерекшелігі. Бұл әдіс автордың позициясын нақты көрсетуге, тарихи және әдеби параллельдерге назар аудартуға, мәтіннің прагматикалық әсерін күшейтуге мүмкіндік береді» [108].

Медиа дискурстағы В. Высоцкий шығармалары негізінде жасалған прецедентті феномендерді талдаған А. И. Кабанковтың зерттеуіндегі ерекшелік оның «прецедентті әлем» ұғымын ғылыми айналымға енгізуімен айқындалады. Автор «Термин «прецеденттік әлем» – бұл медиа теориясындағы маңызды ұғымдардың бірі. Ол өзара байланысты оқиғалар мен құбылыстардың жиынтығын білдіреді, бұлар біртұтас ақпарат көзі ретінде қызмет атқарады. Цифрлық дәуірден бұрын да бұл ұғымдар қоғамның жаппай санасында болған, ал қазіргі жаңа медиа ортасында олар тіпті нақты және анықталған белгілерге ие болды.

Прецеденттік әлем үш негізгі жолмен көрінеді: олар сөздер арқылы айқындалып, бейнеленеді, аудиториямен өзара әрекеттесу арқылы күшейеді және оларды реттеу арқылы мәтіндерге жаңа мағына жүктеледі.

Осылайша, бұл термин жаңа медиа контекстінде жаңа мағынада қолданылады және уақыт өте келе жаңа түсініктермен толығыады, бұл прецеденттік әлемнің өзгерген аспектілеріне байланысты» [109] деген ғылыми ойын білдіреді. Зерттеушінің жұмысында эксперимент жасау арқылы В. Высоцкийдің прецеденттік әлемінің медиакоммуникациядағы семантикалық-аксиологиялық және реттеушілік қасиеттеріне ықпал ететін факторлар анықталған.

Зерттеуші В. В. Джанаева «Лингвокогнитивные основы коммуникации: инокультурные прецедентные феномены» деген диссертациялық жұмысында басқа мәдениеттің прецедентті феномендерін (инокультурные прецедентные феномены) қарастырады. Олардың мазмұны, құрылымы, атқаратын қызметтерінің ерекшеліктермен қоса, орыс лингвомәдени ортадағы рөлін, маңызын зерделейді. Эйнштейн, Билл Гейтс, Шекспир, Колумб, Моцарт, Ален Делон, Шерлок Холмс, Мэрри Поппинс, Геракл, Отелло, Джеймс Бонд сияқты прецедентті есімдердің ассоциативтік өрісін анықтайды. Ғалымның пікіріне сүйенсек, өзге мәдениеттерге тән прецедентті феномендер тек тілдік қарым-қатынас құралы ғана емес, сонымен қатар мәдени мағлұматты жеткізуші маңызды компонент ретінде қарастырылады. Оның айтуынша, мұндай феномендер белгілі бір лингвомәдени қауымдастықтың құндылықтарын бейнелейтін таңбалар жүйесі болып табылады және сол ұлттың өзіндік ерекшеліктерін танытады [110].

Газет тақырыпаттарындағы прецедентті феномендердің қолданысын зерттеген ғалым И. А. Чемезова олардың құрылымдық түрлерін де анықтайды. Прецедентті феномендер арқылы жасалған газет мәтіндерінің тақырыпаттарының атқаратын негізгі қызметтерін береді. Олар:

- Назар аударту (аттрактивная), басылым бетіне шыққан мақаланы оқу үшін керек. Бұл әдіспен қойылған атаулар формасы жағынан ерекше болады және оқырманның мәдени-әлеуметтік дағдыларына жүгінетін сипатты қамтиды;

- Аксиологиялық, мәтіннің мағынасын, мазмұнын бағалау бағдарын құруға негізделеді, әлеуметтік шындықты қабылдаудың кейбір құнды аспектілеріне назар аудартуды көздейді;

- Провокация жасау, қойылған тақырыптың мағынасы тек мәтінді оқыған соң түсінікті болады. Алдымен оқырманда тақырып пен мәтіннің еш байланысы жоқ деген күдік пайда болады;

- Эвристикалық, тақырып жасаудың тілдік механизміне баса назар аударады және алушыдан шығармашылық белсенділікті талап етеді;

Сол сияқты ғалым газет мәтіндерінде кездесетін прецедентті феномендердің лингвомәдени, лингвокогнитивтік, психолингвистикалық жағын зерттеген [111].

Газет тақырыптарындағы интертекстуалдық элементтердің қолданылуы және осыған байланысты тілдік өзгерістер мен үдерістерді қарастырған тағы бір зерттеу жұмысы – О. П. Семенецтің «Прецедентный текст в языке газеты: динамика дискурса 50-90-х годов» деген еңбегі. Мұнда 1950-1990 жылдары аралығында газет дискурсында кездесетін прецедентті феномендер қарастырылады. Сол арқылы автор соңғы елу жылда болған сандық, сапалық және құрылымдық-функционалдық өзгерістерді сипаттауды көздейді. Зерттеуде кеңестік кезеңдегі баспасөз материалдарында прецедентті мәтіндерді белгілеудің бірнеше тәсілі көрсетіледі. Солардың ішінде ең кең таралған әдіс ретінде автор мақала мәтініне прецедентті тақырыпқа тән мәтіндік белгілерді енгізу тәсілін талдауға баса назар аударады. Одан соң 50-90 жылдардағы газет мәтіндерінің тақырыптарының типологиясын жасайды:

1. Терістеуші тақырып (Заголовок-опровержение) – оқырманның бастапқы болжамын жоққа шығару арқылы қызығушылық тудырып, оны мақаланың мазмұнымен танысуға ынталандырады. Мұндай тақырыптар көбіне интригалық сипатта болады.

2. Полемикалық тақырып – мұндай тақырыптарда мақала мазмұнына карағанда өзгеше көзқарас немесе реңк беріледі.

3. Ирониялық тақырып – бұл тақырыптарда прецеденттік мәтіндер әзіл, әжуа немесе кекесін арқылы күлкілі, комикалық әсер қалыптастыруды көздейді, соған арнайы бағытталады.

4. Бағалауыш тақырып – бұл тақырып арқылы журналист сипатталып отырған оқиғаға деген өз көзқарасын, ұстанымын, бағасын білдіреді.

5. Нұсқаулық сипаттағы тақырып – ол оқырманның назарын көрсетіп отырған жағдайдың белгілі бір маңызды бөлігіне бағыттайды. Бұдан бөлек анонс-тақырып, резюме-тақырып сияқты түрлерін де айтып кетеді, мысалдарымен дәлелдеп береді [112].

Газет мәтіндерінің тақырыптарына қатысты жазылған орыс ғалымы Е. П. Черногрудованың да жұмыстары бар. «Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике (на материале центральной,

региональной и местной прессы)» атты еңбегінде зерттеуші республикалық, өңірлік басылымдардағы газет тақырыптарын талдай отырып, прецедентті феномендердің қолданылу ерекшеліктерін, заңдылықтарын анықтады. Ресейдің «Комсомольская правда», «Коммуна», «Борисоглебский вестник» газеттерінің 2000-2001 жылғы номерлеріндегі мәтіндер тақырыптарын зерттеді. Ондағы прецедентті құбылыстардың қолданылу түрлері, жолдары, олардың публицистикалық мәтіннің әсерлілігі мен ықпалын арттырудағы маңызы қаралды және прецедентті мәтіндердің негізінде жасалған тақырыпаттардың негізгі атқаратын қызметтері сараланды. Диссертациялық жұмыста прецеденттілік заңдылығымен жасалған тақырыптардың мағыналық құрылымы жіктеледі. Ғалым өзі былай дейді: «Прецеденттік мәтіннен құралған тақырыптарда оқырман үшін түсінуге негіз болатын мағыналық құрылым алдын ала беріледі. Оқырман осы логикаға сүйене отырып, тақырыптың мәнін дұрыс ұғына алады. Прецеденттік мәтіндермен жасалған тақырыптарды талдау барысында, оларды түсінудің мағыналық құрылымына қарай төрт негізгі түрге бөлуге болатыны анықталды. Әр тақырып түріне өзіндік түсіну механизмі мен мағыналық схемасы тән:

1) Оқырманға мақаланы оқымай-ақ мәні бірден түсінікті болатын тақырыптар.

2) Мағынасы тек мақаланы оқығаннан кейін ғана түсінікті болатын тақырыптар.

3) Бір қарағанда түсінікті болып көрінетін, бірақ мақаланы оқыған соң қайта ой жүгіртуді талап ететін – бастапқыда қате түсіндіруге жетелейтін тақырыптар.

4) Прецеденттік мәтіндердің сөйлемдері тура мағынада қолданылған тақырыптар: бұл жағдайда прецеденттік мәтіндер астарлы мағынасынан, қосымша қабатынан айырылады – мұндай тақырыптар мнимопрецеденттік мәтіндермен жасалған болып есептеледі» [113].

Көркем шығармадағы прецеденттілік мәселесі осы күнге дейін кең көлемде зерттеліп келді. Қазіргі зерттеушілерді қызықтырып жүрген тақырыптардың бірі – публицистикалық жанрдағы прецедентті құбылыстардың қолданысы. Әр ұлттың мәдениетін салыстыра отырып, баспасөз беттерінде кездесетін прецедентті феномен түрлерін іздеу, оны салыстыра отырып талдау өзекті болып тұр. Мысалы, И. П. Зырянова Ресей және Ұлыбританияның баспасөздеріндегі мәтін тақырыптарында кездесетін прецедентті феномендерді [114, 115], С. В. Елисеева француз мәдениетіне негізделетін прецедентті құбылыстардың ресейлік және америкалық БАҚ дискурсында көрініс табуын [116-118], Л. В. Быкова қазіргі ресейлік баспасөзде неміс мәдениетін ұлттық-мәдени негіз ретінде ұсынатын прецедентті құбылыстардың қолданылу және қызмет ету ерекшеліктері мен қабылдау сипатын [119, 120], В. Л. Латышева прецедентті құбылыстарды ұлттық тілдік сананың өзегі етіп алып, орыс және француз мәдениетіндегі лингвокогнитивтік қырларын [121,122], О. С. Боярских 2004–2007 жылдар аралығындағы ресейлік баспасөз дискурсында әдебиетке негізделген прецедентті құбылыстардың қолданылу ерекшеліктері мен оларды

кабылдау заңдылықтарын [123,124], Ю. А. Блинова неміс тіліндегі газет дискурсындағы прецедентті есімдерді, олардың қызметін, семантикалық құрылымын [125] зерттеді. Ғалым М. И. Косаревтің диссертациялық жұмысында «Кино» саласынан шыққан неміс және америкалық саяси дискурсына ортақ прецедентті феномендер корпусы анықталды [126,127]. Орыс лингвистикасында осындай орыс тілі мен ағылшын, неміс, португал, қытай, француз тілдеріндегі баспа беттерінен прецеденттілікті жинастырған зерттеулер өте көп. Соның тағы бірі С. В. Банникованың орыс-ағылшын мәтіндеріндегі прецеденттіліктің лингвомәдени жағын қарастырған жұмысы. Еңбекте прецедентті феномендердің құрамы, деңгейі анықталды. Автор прецедентті феномендердің когнитивтік және мәдени кеңістікті қалыптастырудағы рөлін нақтылауға тырысқан және ұлттық прецедентті феноменді басқа тіл құралдарымен жеткізу тәсілдерін, яғни дұрыс аудару мәселесіне тоқталған, сол аударылған прецедентті құбылыстардың мазмұндық, эмоциялық, бағалауыштық компоненттерінің өзіндік ерекшеліктерін анықтаған. Зерттеуші орыс-ағылшын ұлттық прецедентті феномендердің географиялық атауларға (топонимдерге), ұлттық әдебиетке, тарих пен саясатқа, қоғам өмірінің әртүрлі салаларына сүйеніп қалыптасатынын айтып өтеді. Жұмыстың жаңалығы ретінде трансұлттық деген ұғымды енгізуін айта аламыз. Ол туралы былай дейді: «Трансұлттық прецеденттік феномендер өз кезегінде трансұлттық релеванттылықпен сипатталады және олардың артында тұрған концептің құрылымы әртүрлі мәдениеттерге тән болуы мүмкін. Трансұлттық ПФ кең танымал мәтіндер мен шынайы фактілерге (әлемдік әдебиет, саяси жағдай, өнер т.б.) негізделеді. Олар бір мәдениеттен екінші мәдениетке ауысып, прецеденттік мәртебесін, сондай-ақ бастапқы немесе өзгертілген мағынасын сақтай алады» [128]. С. В. Банникованың трансұлтты деп берген прецедентті феномені қазіргі күні универсалды прецедентті феномендер деп аталып жүр. Көпшілікке жақсы танымал мәтіндер мен әдеби, тарихи оқиғаларға негізделген, бір елден екінші елге «көшіп бара алатын», барған жерінде сәл өзгертіліп немесе сол дайын күйінде жұмсалатын, бірақ мәдени маңызын еш жоғалпайтын феномендер. Мысалы, Титаник, Гарри Поттер, Вавилон, Сталин т.б. Осындай екі ұлттың мәдениетін зерттей отырып жүргізген тағы бір жұмыс О. А. Ворожцованың 2004 жылғы Ресей мен АҚШ президенттік сайлау дискурсында қолданылған прецедентті құбылыстарды, олардың ұлттық, құрылымдық, функционалдық заңдылықтарын қарастырған еңбегі болды. «Аргументы и факты», «Известия», «Независимая газета», «Правда», «Московский комсомолец», «Российская газета», «The New York Times», «The Time», «The Rising Tide», «The Washington Post» газеттерінің арнайы сайттарымен жұмыс істеп, екі елдің саяси дискурсын, ондағы сөз саптау, ақпараттың берілу тәсілдерін салыстырған автор:

«1. Белгілі бір мәдени білім саласына жататын прецедентті құбылыстарға деген қызығушылық әр елдегі президенттік сайлау алдындағы саяси дискурстың ерекшеліктерімен тығыз байланысты. Ресей мен АҚШ-тағы сайлауалды сөз саптауында сол елдің ұлттық-мәдени болмысын айқындайтын,

қоғам үшін маңызды құндылықтар мен қазіргі кезеңнің өзекті мәселелерін бейнелейтін прецедентті элементтер кеңінен қолданылады.

2. Ресей мен АҚШ президент сайлауы дискурсында прецедентті құбылыстардың қолданылуы – ұлттық мәдениеттің айрықша белгілерінің көрінісі. Бұл үгіт-насихатта көбінесе сол ұлтқа тән мәдени тұлғалар мен мәтіндерге, сондай-ақ саяси, экономикалық және мәдени қарым-қатынасы тығыз елдердің мәдениетіне қатысты танымал феномендерге жүгінумен сипатталады» [129] деген тұжырым жасайды. Одан бөлек орыс және американдық басылымдардағы прецедентті есімдердің семантикалық ерекшеліктеріне тоқталады [130].

Ал ғалым Е. В. Денисова прецедентті есімдердің көркем шығармалар негізінде ағылшын және орыс тілдеріндегі фольклорлық түрін зерттеді. Олардың аударма жасаудағы қиындық туғызатын мәселелерін де қарастырды. Зерттеуші фольклорлық прецедентті есімдердің үнемі коннотативті мағынада, яғни қосымша сипаттама беру мақсатында қолданылатынын айта келіп, орыс және ағылшын көркем шығармаларында кездесетін олардың құрылымдық-функционалдық типтерін былай жіктеп көрсетеді:

1. «Адамға» тән жеке есімдерді қамтитын фольклорлық есімдер. Бұның өзін ер адамға арналған ФПЕ (*Red Ettin; Nix! Naught! Nothing!; Mr. Fox; Иванцаревич, Иван Кухаркин*), әйел адамға арналған ФПЕ және ежелгі тектен шыққан ПФЕ деп бөледі.

2) Тылсым жаратылыс атауларын қамтитын ФПЕ. Бұл категорияға антроморфты (адам бейнелі) тылсым жаратылыстар, ағылшын фольклорында кездесетін және орыс-словаң фольклорындағы зооморфты (жануар тектес мифологиялық) жаратылыс атаулары, жер-су атаулары жатады;

3) Аралас атау тәсілімен берілген фольклорлық есімдер: жеке есім + классификатор (тылсым жаратылыстың түрі, атағы, кәсібі және т.б.). Бұл санатқа мына ФПЕ кіреді: Сыртқы түрі немесе дене бітімінің ерекшеліктерін білдіретін фольклорлық есімдер; Мінез-құлқы, әдеттері мен іс-әрекет ерекшеліктерін білдіретін фольклорлық есімдер; Шығу тегін көрсететін фольклорлық есімдер; Әлеуметтік мәртебесін, кәсібін немесе қызметін білдіретін фольклорлық есімдер; Туысқандық қатынасты білдіретін фольклорлық есімдер; Ақыл-ой қабілетіне баға беретін фольклорлық есімдер [131].

Бұдан бөлек Е. С. Иванова интернет кеңістігіндегі ағылшын тілді жарнамалық мәтіндердің құрылу және интерпретациялану процестерін талдады [132], С.Р. Кушнерук орыс-ағылшын прецедентті есімдерінің жарнамадағы қолданысын, олардың семантикалық сипатын ашып зерттеді [133,134], Ю.Б. Пикулева жұмысын қазіргі теледидар жарнамасындағы прецеденттілікке арнады [135], Ю. В. Рогозинникова америкалық-британдық жарнамада кеңестік ресей прецедентті құбылыстарын мәтіндерде қолданудың құрылымдық-мағыналық жағын [136], А. В. Дмитриева ресейлік саяси жарнама мәтіндеріндегі прецедентті есімдердің қызмет етуінің лингвомәдени және прагматикалық тұсын [137-139], С.С. Чистова ресейлік және америкалық

тұрмыстық техника мен көлік құралдары жарнамаларының мәтіндерінде прецедентті құбылыстардың прагматикалық әлеуетін аша отырып олардың ұлттық ерекшеліктерін [140], М. С. Алексеева қазіргі ресейлік интернет-жарнамада, атап айтқанда, мейрамхана бизнесі кәсіпорындарының жарнамаларында прецедентті құбылыстарды қолдану заңдылықтарын [141,142], М. Ю. Илюшкина ресейлік және британдық туристік қызметтерге арналған баспа жарнамаларындағы прецедентті феномендердің лингвопрагматикалық, когнитивтік бағытын айқындады [143, 144]. Ғалым М. В. Терских «Реклама как интертекстуальный феномен» атты диссертациялық жұмысында жарнама дискурсындағы интертекстуалдылықты зерттеді, ондағы прецедентті құбылыстардың қызметі мен міндеттерін көрсетті: «Жарнамалық мәтіндердің кедергілерге төзімділігін арттырудың бір тәсілі – мәдени жадтың құрамдас бөлігі болып табылатын прецедентті құбылыстарға жүгіну. Жарнамалық коммуникацияда прецедентті мәтіндер келесі міндеттерді орындайды:

- олар аудиторияның назарын өзіне аударып, ақпаратты таңдап қабылдау мен жағымды қабылдау мәселесін ішінара жеңілдетеді;

- мәтінді жеңіл есте сақтауға және жеке тәжірибемен байланыстыруға көмектеседі, сол арқылы ақпаратты таңдаулы түрде есте сақтауға ықпал етеді;

- жарнама мәтінінің мазмұнын ықшам түрде жеткізуге мүмкіндік беріп, уақыт пен кеңістікті үнемдеуді қамтамасыз етеді;

- жарнамаланатын өнімге немесе қызметке қатысты оң әсерлер мен ассоциациялар қалыптастырады, оларды реципиент автоматты түрде жарнама нысанына көшіреді» [24,б.11].

Байқағанымыздай орыс лингвистикасында екі түрлі ұлттың тілін салыстыра қараған зерттеулер жеткілікті кездеседі. Ғалымдар бірнеше халықтың мәдениетін салыстыра отырып, тілдік бірліктердің ұлтқа тән ерекшеліктерін, мәдени кодтарын, танымдық және прагматикалық сипатын айқындауға тырысады. Осындай лингвомәдениеттану, прагматикалық, когнитивтік бағыттағы салыстыру арқылы жасалған зерттеу жұмыстары екі түрлі мәдениет өкілдері арасындағы ортақ және ерекше белгілерді анықтай отырып, әр ұлттың дүниетанымын, құндылықтарын тереңірек түсінуге жол ашады.

Қазақ тіл білімінде прецедентті құбылыстардың публицистика жанрындағы көрінісін зерттеген бірқатар ғалымдардың еңбектері бар. Бұл бағытта тіл мен мәдениет сабақтастығы, ұлттың тарихи-мәдени жады, танымдық дүниетанымы, сондай-ақ прецедентті мәтіндердің прагматикалық қызметі тұрғысынан зерттеулер жүргізілді. Мысалға ғалым Г. Б. Мадиева монографиясында онимдердің когнитивтік, прагматикалық, психолингвистикалық, әлеуметтік-лингвистикалық сипатын, ономастикадағы прецеденттілікті, оның этнолингвистикалық, лингвомәдени жағын қарастырды. Зерттеу жұмысында автор прецедентті есімдердің зерттелмегенін алға тарта отырып, олардың қазақ мәдениетіндегі қалыптасуы жайлы ойын айтып өтеді: «Қазақ халқының танымдық санасында ерекше орын алатын прецедентті есімдер көбіне белгілі бір жағдайға тікелей қатысты болмаса да, өздерінің

қоғамға пайдалы қасиеттерімен немесе ел тарихында маңызды істерімен есте қалған тұлғаларға байланысты болады.

Мұндай есімдер:

– көпшілікке танымал тарихи қайраткерлермен (мысалы, Абылай хан, Кенесары);

– қазақ этносының мәдени және қоғамдық өмірінде айрықша рөл атқарған тұлғалармен (Абай, Алтынсарин, Жамбыл, Күләш Байсейітова) байланысты» [145]. Ал «Газет бетінде кездесетін прецеденттік атауларды санамалап жіктеп көрсетсек:

1. Ең жиі қолданысқа түсетіні – атақты адамдардың, тарихи тұлғалардың есімдері. Прецеденттік атау айқындаушы белгі ретінде қолданылады. Мысалы: Абай, Шәкәрім, Әміре т.б.

2. Прецеденттік поэтонимдер – көркем шығармалардың атауы. Айта кететін тұсы, мұндай шығармалар атауының қолданысымен берілген тақырыптардың жиі кездесетінін байқауға болады. Осы топқа ән, кино атаулары жатады.

3. Тарихи оқиғалардың өткен орны, жер-су атаулары яғни, прецеденттік топонимдер газет тілінде молынан ұшырасады.

4. Шығарма кейіпкерлерінің аттары, бұл атаулар классикалық шығармалардан, халық фольклорынан алынады: Тайбурыл, Байшұбар. Батыраш т.б.

5. Ел тарихындағы маңызды, әлеуметтік топ үшін өзекті болған оқиғалардың атауы, прецеденттік хронимдер: Желтоқсан, Азиада т.б.» [146].

Зерттеуші С. Қ. Иманбердиева да өз мақалаларында прецедентті есімдерді, әсіресе прецедентті топонимдердің лингвомәдени бірлік екенін дәлелдейді. «Ұлы жібек жолындағы прецедентті топонимдер» деп аталатын мақаласында Түркістан, Алатау, Алматы, Отырар, Арыс, Қаратау атауларының дифференциалдық белгілерін (В. В. Красных сызбасы бойынша) анықтады. «Атақты жазушылардың әртүрлі жанрда жазылған шығармалары, ән, қанатты сөздер, т.б. прецедентті есімдердің қалыптасуы мен қолданысында маңызды рөл атқарады, яғни белгілі шығармалар, көркем фильмдер, қанатты сөздер адамдардың сана-сезіміне хабарламалық қызметін іске асыру мақсатында қолданып жүр. Прецедентті есімдерді естігенде, әр адамның сана-сезімінде әлеуметті-психологиялық, саяси-қоғамдық, тарихи құбылыстар оянады, әрине, бұл тек қана адамдардың аялық біліміне байланысты, егер адам прецедентті есім сілтеп тұрған оқиғадан немесе т.б. хабардар болмаса, онда ол адамға прецедентті есім ешқандай ықпал жасамайды. Бұл жағдайда мұндай есімдер тек қана атау (номинациялық), жекелеу қызметін атқарады» [147] деп ғалым мақаласында жалқы есімдердің қай уақытта прецедентті бола алатыны, қандай жағдайда бола алмайтыны туралы өз пікірін білдірген.

Ал қазақ тіл білімінде алғаш рет фольклорлық ілкі мәтіндерді арнайы түрде зерттеген, қазіргі көркем әдебиет жанрындағы фольклоризмнің прецедентті құбылыс ретінде жұмсалудың, олардың мәтінтүзушілік, бағалауыштық, прагматикалық, мифологиялық қызметтерін айқындап берген

зерттеуші Б. А. Абдыханова болды. Ғалым диссертациялық жұмысында фольклорлық прецедентті мәтіндердің көркем шығармадағы атқаратын қызметтерін көрсетеді. Олар:

*«Атауыштық-сипаттаушы қызметі немесе хабаршы қызметі.* Бұл ретте ілкі мәтін өзіне телінген қандай да бір нақты қасиетті, нақты бір белгіні көрсететін, хабарлайтын тілдік таңба;

*Фондық қызметі.* Автор мәтінде ілкі мәтін кейіпкеріне тән қандай да бір қасиет, болмаса ілкі жағдаяттың өзегін құрайтын іс-әрекет нысанға алынып, соның аясында өрбуінен көрінеді;

*Бағалауыштық қызметі.* Авторлық субъективтілік басым. Автор эмоциясы анық көрінеді, автор көңіл-күйі ашық беріледі. Бағалауыштық санат - мәтіннің ажырамас бөлігі. Кез келген мәтінді жазу ақиқат болмыстың бір бөлшегіне баға беріп, сипаттау мақсатында туады;

*Эстетикалық қызметі.* Шығарманың идеялық мазмұнын байыту үшін, шығарманың эстетикалық және этикалық қуатын арттыру үшін қолданылады;

*Модельдік қызметі.* Кейіпкер бойындағы ел қалаған нақты бір қасиеттердің үлгі ретінде берілуі;

*Парольдік қызметі.* Адресат пен адресанттың бір лингвомәдени қауымдастық мүшелері екенін көрсете отырып, олардың арасындағы байланыстың өзгеше бір сипат алғандай әсер ету әлеуетімен ерекшеленеді;

*Мифологиялық қызметі.* Мифтендірілген кейіпкерлердің іс-әрекеттерінің шарықтау шегі көрсеткіш ретінде танылып, адресатты тылсым күшке сендіреді.

*Межелік қызметі* арқылы фольклорлық кейіпкерлер болмысындағы қандай да бір қасиет немесе олардың іс-әрекеті сол қасиеттің не іс-әрекеттің шегі ретінде көрінеді. Мысалы, сатқындықтың шегі – Бекежанның іс-әрекетімен, сарандық – Шығайбай образымен, аңқаулық – Қожанасыр образымен т.с.с. өлшенеді;

*Эвфемистік қызметі.* Эвфемизм – бір затты не құбылысты я болмаса, бір оқиғаны сыпайылап айтып жеткізу амалы; адамның көңіліне келмейтіндей, жұқалап, жайдарылап, майдалап, іштей ренжіп тұрса да, рахаттана баяндағандай айта білу тәсілі» [148].

Интертекстуалдылық тақырыбында көлемді зерттеу еңбегін жазып, бұл мәселені алғашқылардың бірі болып қарастырған ғалым А. С. Адилова прецеденттілік феномендерді Карауловтың тілдік тұлға мәселесінен бастап зерттейді. Прецедентті құбылыстарды көркем шығарма негізінде жан-жақты қарастыра келе тілдік тұлға құрылымының үшінші прагматикалық деңгейінде қолданылатын прецеденттілікті, оны құрайтын претекстер туралы ғалым былай дейді: «Претекстер тілдік тұлға жадында белгілі бір тәртіппен, жүйемен сақталмайды, ол тек қажеттілік туған кезде ғана, тұтасымен немесе жеке фрагменттерімен ойға оралып, қарым-қатынасқа түсушілердің когнитивтік кеңістігін, тілдік-мәдени күзіретін танытады. Ал қаламгер де, оқырман да тілдік тұлға болғандықтан, өз жадынан дайын, әсерлі, басқаларға жақсы таныс фрагмент арқылы айтар ойына қосымша мән, реңк үстейді» [4, б.176].

Жоғарыда біз прецедентті феномендердің көркем шығармалардағы көрінісін қарастырған зерттеу еңбектеріне қысқаша шолу жасадық. Ал қазақ тіл білімінде осы құбылыстың публицистикадағы қолданысына арналған жұмыстар көп емес. Соның бірі отандық ғалым Е. А. Журавлеваның прецедентті мәтіндердің газет жанрындағы қолданысын зерттеген еңбегі. Мұнда «Караван», «Казахстанская правда», «Аргументы и факты Казахстан» сияқты орыстілді баспаларындағы прецедентті мәтіндер зерделенді. Тілдік тұлға мәселесіне тоқтала отырып, прецедентті мәтіндердің әлеуметтік-саяси, әлеуметтік-мәдени жақтарын, Қазақстан публицистика жанрындағы орыс ұлтының классикалық әдебиетін қарастырған. Сөйтіп автор Қазақстанның БАҚ материалдарындағы орыс мәдениетін, орыс тілінің әлемдік бейнесін көрсетті.

Сонымен лингвистикадағы интертекстуалдылық мәтіндік байланыстар мен жаңа мағыналарды тудыру үшін прецедентті құбылыстарды негіз ретінде пайдаланады. Прецедентті феномендер сол мәтінаралық сілтемелер үшін қызмет ететін тұрақты мәдени әрі тілдік маркер болып табылады. Прецеденттілік интертекстуалдылықтың негізі болса, ал интертекстуалдылық өз кезегінде жаңа мағыналар мен интерпретацияларды жасау үшін прецедентті мәтіндерді пайдалану механизмі іспеттес. «Прецеденттілік түсінігі интертекстуалдылық теориясы шеңберінде пайда болды. Интертекстуалдылық байланыс – мәтіндердің бірін-бірі ауыстырып, бірімен-бірі үздіксіз жалғасып жатқан байланысын көрсететін күрделі санат. Прецеденттілік – интертекстуалдылықтың тілдік құралы қызметін атқара отырып, ілкі мәтін мен тілдік тұлға - сана арасындағы қатынасты көрсететін санат» [48, б.9-10]. Аталған пікірге біз бұған дейінгі орыс және қазақ зерттеушілерінің еңбектеріне талдау жасау нәтижесінде келдік. Зерттеу барысында алынған деректер негізінде өз тарапымыздан келесі тұжырымды ұсынамыз:

- Прецеденттілік – әр ұлттың санасында жатталып орныққан, ерекше символдық мәнге ие болған мәдени жадының көрінісі;
- Прецеденттілік – халықтың дүниетанымын, ұлттық құндылықтарын, мәдени жады мен әлеуметтік нормаларды тереңірек түсіндіріп көрсете алатын ерекшелік;
- Прецеденттілік – уақыт өте өзгеріп отыратын, кейде өзектілігін, маңыздылығын жоғалтып, ал бір кездері қайта жаңғырып отыратын феномендер;
- Прецеденттілік – күрделі мағынасы бар ұзақ ақпаратты қысқа әрі нұсқа жеткізе алатын тиімді тәсіл;
- Прецеденттілік – мәтінге ерекше мағыналық тереңдік пен танымдық деңгейді енгізетін, эмоционалды-экспрессивті әсерді күшейте отырып ерекше бояу беретін, оқырманға әсер етудің тиімді құралы болып табылатын құбылыс.

## 2.2 Прецедентті мәтін, оның баспасөз беттеріндегі көрінісі мен қызметі

XX ғасырдың соңынан бері «прецедентті мәтін» мәселесі тіл білімінде әлі де зерделену үстінде. Ғалым В. Красных прецедентті мәтіннің мынадай белгілерін көрсетеді: ұлттық лингво-мәдени қоғам өкілдеріне таныс, когнитивтік тұрғыдан өзекті және сол ұлттық лингво-мәдени қоғам өкілдерінің тілінде үнемі қолданылады, кейде өзгеріске түсіп жаңғырып отырады [2, б.190-197]. Ю. Н. Караулов болса былай дейді: «прецедентті мәтіндер деп мынадай мәтіндерді атаймыз: (1) белгілі бір тұлға үшін танымдық және эмоционалдық жағынан маңызды, (2) өзгеше жеке мәртебесі бар, яғни бұл тұлғаның ортасында, оның алдыңғылары мен замандас қауымына жақсы танымал, (3) осы тілдік тұлғаның дискурсында оларға қайта-қайта айналып соғып отыратын мәтіндер» [149]. Одан соң осы Карауловтың пікірін басшылыққа ала отырып ғалым Г. В. Денисова прецедентті мәтіндерді мазмұндық және әдеби ерекшеліктеріне қарай үш санатқа: «әдеби деңгейі жоғары», «әдеби деңгейі төмен» және «әдеби емес, бірақ танымал» мәтіндер ретінде жіктейді. Үнемі қажеттіліктің негізінде прецедентті болған әдеби деңгейі жоғары мәтіндерге Крыловтың мысалдарын, Пушкин, Гоголь, Тургенова, Салтыков-Щедрин, Некрасов т.б. сияқты орыс ұлттық әдебиеті ақын-жазушыларының шығармаларын жатқызады, олардың туындыларына талдау жасайды. Орта буын өкіліне аса таныс емес шығармаларды әдеби деңгейі төмен мәтіндер деп келтіріп, ол туралы былай дейді: «Мұнда «ұжымдық жад» пен жеке жазушылардың және оқырмандардың жеке білімдерін бірдей деп қарастыруға болмайтынын ескерген жөн. Мысалы, Толстойдың шығармалары Блок, Ахматова, Пастернактан алынған цитаталарға бай, ал заманауи орыс поэзиясы «күміс ғасырының» (серебрянный век) өкілдерінің шығармаларының цитаталарымен толықтырылған. Дегенмен, бұл мәселеге аса сақтықпен қарай отырып, қазіргі кезеңдегі орта буын өкілдері орыс тілі мен мәдениетінің тасымалдаушылары ретінде XX ғасыр орыс поэзиясына ерекше қызығушылық танытпайтынын немесе оны белсенді түрде пайдаланбайтынын байқауға болады деген болжам жасай аламыз [11, б.136]. Ал әдеби емес, бірақ танымал прецедентті мәтіндерге халық арасында танылған ән мәтіндерін, жарнама үзінділері, кино-фильм атауларын, қоғам қайраткерлерінің қанатты сөздерін жатқызады. Жалпы орыс тіл білімінде прецеденттілік тақырыбы ауқымды түрде зерттеліп келе жатыр дедік. Әсіресе ағылшын, испан, чех т.б. тілдеріндегі материалдардан универсалды прецедентті феномендерді іздеу, жарнама тілін, ән мәтіндерін, көркем әдебиетті прецедентті мәтін ретінде қарау сияқты мәселелер жан-жақты зерделенген. Мысалы ғалым L. V. Moiseenko орыс және испан медиамәтіндеріндегі прецеденттіліктің когнитивтік құрылымын қараған [150]. Зерттеуші Y. Velykoroda медиадискурстағы прецеденттілік мәселесі тақырыбында диссертациялық жұмыс, көптеген мақалалар жазған [151]. Ағылшын лингвистикасында да прецеденттілік тақырыбы G. Lakoff, M. Johnson, C. Hart, L. Cameron. сынды ғалымдардың еңбектерінде қарастырылған. Алайда біз үшін прецедентті мәтін болған құрылым олар үшін метафора ретінде талданады. Мысалы ғалым C. Hart. «Metaphor and

intertextuality in media framings of the (1984–1985) British Miners' Strike: A multimodal analysis» мақаласында кеншілердің көтерілісі туралы жазған БАҚ материалдарына талдау жасайды. Автор бұл мәселенің медиатекстердегі көрінісін метафора және интертекстуалды құбылыстар арқылы береді. Лингвистикалық, визуалды және мультимодальды медиадағы метафораның атқаратын қызметін, ерекшелігін көрсетеді [152]. Сол сияқты зерттеуші Mary-Anne Shonoda метафора интерпретациясының жаңа үлгілерін балалар фэнтезиінен іздеген [153].

«Прецедентті мәтін (ПМ) – сөйлеу мен ойлау әрекетінің аяқталған өнімі; предикатты бірлік; күрделі белгі; ПМ ұлттық-лингвомәдени қоғамның кез келген өкіліне таныс» [2, б. 190]. Бұл ғалым В. Красныхтың анықтамасы. Сол сияқты прецедентті мәтін прецедентті айтылымдар мен прецедентті есімдер арқылы коммуникацияға түсіп жаңғырып отырады. Лингвистикада прецедентті мәтін түрлерін, олардың дереккөздерін әр ғалым әртүрлі көрсетеді. Мысалы, орыс ғалымы Г. Г. Слышкин прецедентті мәтін әрқашан концепт қалыптастырады дей келе, олардың саяси плакаттар, ұрандар; маркстік-лениндік классиктерінің және Кеңес үкіметі басшыларының еңбектері; тарихи афоризмдер; орыс және шетел әдебиетінің классикалық және классикаға жақын шығармалары, оның ішінде Інжіл (Библия); ертегілер мен балалар өлеңдері; жарнамалық мәтіндер; анекдоттар; мақал-мәтелдер, жұмбақтар, санамақтар; кеңестік өлеңдер; шетелдік әндер деген 10 түрін көрсетеді: [154]. Ал Н. А. Таирова «Функционирование прецедентных текстов в русскоязычных и казахскоязычных газетах» деген зерттеу жұмысында прецедентті мәтіннің 9 дереккөзін жіктеп көрсетеді:

- әлемдік классикалық көркем әдебиет;
- сакралды мәтіндер (қасиетті жазбалар, діни мәтіндер);
- ежелгі антикалық әдебиет, мифтік шығармалар;
- халық ауыз әдебиеті мен анекдоттар;
- медиа өнімі (кинофильмдерден, жарнамадан алынған үзінділер, бағдарлама атаулары);
- кеңестік, отандық және шетелдік авторлардың әндері;
- көпшілікке белгілі тарихи оқиғалар, деректер;
- саяси курс;
- қазіргі қоғамның әлеуметтік көрінісі [155]

Отандық зерттеуші Ж. Д. Маликова да прецедентті мәтіндердің көркем әдебиет, фольклор (ертегілер, мақал-мәтелдер, балалар фольклоры, санамақтар), Библия немесе діни әдебиет, фразеологизмдер, афоризмдер, ұрандар, әндер (кеңестік дәуірдің, танымал жән балалардың әндері), фильмдер, теледидар өнімдері сияқты дереккөздерін береді. Бұл автордың жіктеуіндегі ерекшелігі ретінде фразеологизмдерді байқаймыз. «Прецедентті мәтіндерге қатысты айта кететін бір нәрсе: жекелеген зерттеушілер қазіргі тілдік қорымыздағы көптеген фразеологизмдер бұдан ұзақ уақыттар бұрынғы прецедентті мәтіндер үзіндісі, жұрнағы деп есептейді. Арғы ата-бабаларымыз өмір сүрген кездегі қоғамның барлық мүшелеріне таныс аңыз-әңгіме, жыр

немесе өлеңдер уақыт өте келе өзектілігінен айырылып, адам жадынан біртіндеп ығыстырыла бастайды. Белгілі бір мерзім өтіп, ұрпақтар алмасып, әлеуметтік-мәдени кеңістіктегі құндылықтар, бағалау өлшемдері өзгергенде, прецедентті мәтіндер бірте-бірте қысқартылып, ең соңында оның айрықша мәні, аса әсерлі, өте бейнелі, ерекше есте сақталатын үзгісі ғана ел жадында қалып қояды да, олар біртіндеп қанатты сөздер, фразеологизмдер, мақал-мәтелдер қатарына өтеді» [4, б.176]. Мысалы «Қайда барсаң да, Қорқыттың көрі» фразеологиялық тіркесі прецедентті жағдай болған Қорқыт ата туралы аңыздан шығып отыр, яғни соның негізінде тілімізде сақталып қалды. Уақыт өте келе оқиға ұмытылса да, бұл тұрақты тіркес халық жадында мықтап бекиді.

Осы фразеологизм мен прецедентті феномендердің арасындағы байланыс жайлы реминисценцияны тілдік құбылыс ретінде қарастырған орыс ғалымы А. Е. Супрун де өз көзқарасын білдірген еді: «Фразеологизмдер, паремиялар және прецедентті феномендер (ПФ) жадыда сақталатын бірліктер ретінде өзара тығыз байланысты және олар бір-бірімен қабаттаса орналасқан деп айтуға негіз бар. Жалпы алғанда, ПФ мен фразеологизмдердің арақатынасы өте күрделі. Кейбір мақал-мәтелдер мен фразеологиялық тіркестер ПФ ретінде пайда болды, кейіннен соларға сәйкес мәтіндер ұмыт болып, тек реминисценциялар (жиі қысқартылған түрде) ғана қалды, ал олар тілдің фразеологиялық құрамына енді.

Мүмкін, ПФ пен фразеологизмдердің басты айырмашылығы мынада: егер фразеологизмдер жалпы алғанда потенциалды түрде ауыспалы мағынаға ұмтылса, ПФ ондай тенденцияға ие емес. Белгілі бір деңгейде бұл ерекшелік ПФ-ті мақал-мәтелдерге жақындатады, алайда бұл жерде толық ұқсастық жоқ, себебі ПФ жиі жай ғана сөздік тіркес емес, бейне мен жағдаятты еске түсіру болып табылады» [156]. Шынымен де екі құбылыс та мәдениетпен, ұжымдық жадпен, тілдік санадағы ассоциациялармен тығыз байланыстағы ұғымдар. Екеуі де ұлттық ерекшеліктерді көрсететін мәдени ерекшеліктер. Олар кейде бір-бірімен қиылысып келетін, кейде өзара байланысып, кей жағдайда бір-бірін толықтырып отыратын бірліктер. Мысалы, «қой терісін жамылған қасқыр» (волк в овечьей шкуре) тіркесі бастапқыда Библиядан алынған прецедентті феномен болды, кейін фразеологизмге айналды. Прецедентті мәтіннің бөлігі болған. Орыс тілінің фразеологиялық сөздігінде, орыс тілінің түсіндірме сөздігінде бұл тіркестің *Екіжүзді адам. Ішкі ниетін жасырып, бүркемелеп жалғандыққа баратын адам* [157] деген мағыналары берілген.

Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде кездеспейтін бұл тіркес Ә. Қайдардың этнолингвистикалық сөздігінде *Көкжал боп туған қасқыр қой терісін жамылмайды* деп көрсетілген. Яғни туғаннан намысы бар өжет адам өзімен тең емес адамның атағын, абыройын пайдаланып өмір сүре алмайды деген мағынада жұмсалады [158].

Фразеологизмдердің де, прецедентті феномендердің де ұқсас жақтары болғанмен екеуі екі түрлі құбылыс. Бірі тұтас мағынаны берсе, бірі символдық мәнге ие. Тұрақты тіркестер контекстен тыс көпшілікке түсінікті болса, прецедентті мәтіндер контекстке тәуелді болады. Фразеологизмдердің компоненттері бірнеше сөзден тұрса, прецедентті феномен жеке сөзден де

(мысалы прецедентті есім) жасалады. Адамның аялық білімі екінші құбылысты тану, терең түсіну үшін аса қажет. Бірақ екеуі де халықтың дүниетанымын, тарихи санасын, мәдени қабатын беретін құбылыстар.

Жоғарыдағы ғалымдардың прецедентті феномендерді жіктеген классификациясымен таныса отырып, біз БАҚ-та кездесетін нақты прецедентті мәтіндерді төмендегіше топтауды жөн көрдік, мысалдарды газет беттерінен, сайттардан келтірдік (3-кесте):

Кесте 3- Прецедентті мәтіннің түрлері

Прецедентті феномен атауы	Алынған дереккөздер	Мысалдар (БАҚ материалдарынан)
1	2	3
Прецедентті мәтін	Көркем әдебиет	<p>Ұлттық көркем әдебиет:  <i>«Даудың басы – Назарбаевтың екі сиыры»;</i> <i>«Жұрт бүгіншіл, менікі ертең үшін»;</i> <i>«Сахна «бөтен» сөзбен былғанбасын!»;</i> <i>«АЭС-тің ақыры»;</i> <i>«Өлгендер қайтып келмей ме?»</i></p> <p>Әлемдік көркем әдебиет:  <i>«Шыңғыс Айтматов – гасырдан да ұзақ жасайтын кемеңгер ...»;</i> <i>«Жұмыста аты бар, өзі жоқ - ҚТЖ филиалында «өлі жандар» анықталды»;</i> <i>«Тимур Құлыбаев және оның командасы»;</i></p>
	Ән мәтіндері	Қазақ авторларының әндері:

3-кестенің жалғасы

1	2	3
		<p>«Жайымды айтсам жасырмай, жағдайым менің осындай...»; «Тереземді ұрмаңдаршы, тексерушілер...», «Алматыда жоқ-жоқ: Көмірге таласқан тұрғындарды тыныштандыруға полиция шақырылды»; «Бір шәугім шай» немесе «күлің шашылмасын»; «Жазды апамның ауылына...»; «Жолың болсын жолаушы»; «Мойынқұмда ауылым».</p> <p>Халық әндері: «Ресейден шұбырып көш келеді» (Елім-ай), «Сусамыр – елдің жайлауы»; «Қараторғай».</p> <p>Шетел әндері: «Не уехал жить в Лондон: бывший министр Марат Бекетаев ещё один месяц останется за решёткой»;</p>
	<p>Тарихи-философиялық, саяси сипаттағы публицистикалық мәтіндер</p>	<p>«Трамп пен Ши: Кім бұрын тізерлейді?...»; «Қазақтың Тереза анасы» өміріне әсер еткен оқиға туралы өзі баяндап берді»; «Гонконгты қайтару және Маргарет Тэтчер»;</p>

3-кестенің жалғасы

1	2	3
	Сакралды мәтіндер	«Қыдыр атаны іздесең, Сайрамға кел»; «Мәсімов Иуда болса, Сатыбалды кім?», «Сараң – Пайғамбардың жиені болса да пейішке кірмейді»; «Жөн білмеген адамға Қыдыр ата дарымас»;
	Кинофильмдер, мультфильмдер, телебағдарламалар, олардан үзінді	«Қазақстанға көктем кеш келеді», «Эрнест пен Ермектің шалдары», «Біздің сүйікті дәрігер»; «Менің атым – Қазақстан»; «Қазақтың «тақиялы періштесі» өмірден өтті»; «Ресей мен Жапония қалқан құлақ Чебурашка мен Чебиге таласып қалды»;
	Жарнама	«Red Bull қалай көшбасшы атанды?»; «СОСА-COLA»: ақиқат пен аңыз»; «...Шаршағаныңды басатын, көңіліңді ашатын» энергетикалық сусын...»

1. Көркем әдебиет (проза/поэзия):

а) Отандық көркем әдебиет шығармалары

Прецедентті мәтіндер журналистер тарапынан көбінесе тақырыпат ретінде жұмсалады. Мұндай қысқа әрі нұсқа, эмоционалды-экспрессивтілігі жоғары тақырыпаттар оқырман жадында бірден сақталады, жатталады. Негізі классикалық әдеби туындылар халық жадында онсыз да сақталған, тек одан әрі жаңғырып отырады десек те болады. Мысалы, Т. Ахтановтың «Шырағың сөнбесін» шығармасы прецедентті мәтін болып, баспасөз беттерінде өзекті тақырыпты қозғау үшін қолданылып жүр. Романның басында Нәзираға айтқан әжесінің « – Әй, балам-ай, әлі баласың ғой... Сенсің ғой оның шырағы. Сенің тілеуіңді тілеп кеткен жоқ па, бейшара» [159] – деген сөзінен шығарманың негізі идеясы берілген. Шырақ – ол ұрпақ, шырақтың сөнбеуі – ұлттың

болашағы ұрпақтың жалғастығы. Жазушы сұрапыл соғыстың кесірінен елді жайлаған зұлымдыққа, қатыгездікке осындай ұлттық таным мен негізгі адами құндылықтарды қарама-қарсы қою арқылы шығармаға философиялық терең ой бере білген. Қазақ тілінде шырағың сөнбесін, шырақ жаққан періштең шегінбесін, шырақ болсын сияқты бата сөздер мен шырақ қалды, шырағы сөнді, қос шырақ, шырақ көрмеді, сөзін шырақ етті, кеудеде шырақ жанды, шілдесінде шырақ көрмеген, соңына шырақ алып түсті т.б фразеологизмдер өте көп. Қазақ баласын еркелетіп «Шырағым» дейді. Сондықтан да өмірін жалғайтын баланың, ұрпағының амандығын тілеп айтылған «Шырағың сөнбесін!» деген баталы сөздің мағынасы да, мәні де зор.

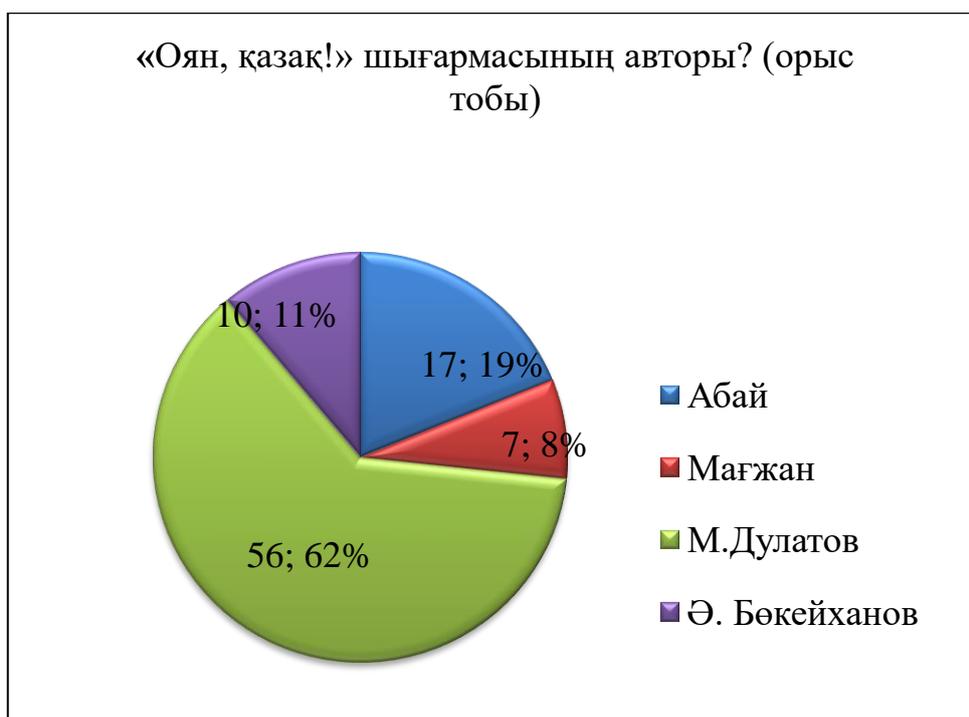
Жазушы Т. Ахтановтың бұл романының атауымен газет беттерінде, интернет желілерінде өте көп мақалалар жарық көрді. Айтылған ой кейде шығарманың идеясымен сай келсе, кейде тура мағынада жұмсалған. Мысалы, «Егемен Қазақстан» газетінде «Шырағың сөнбесін» (ЕҚ., 19.03.11) атты мақала жарияланды. Мұнда журналистің медицина ғылымдарының докторы, профессор Тұрсынғұл Ботабековамен сұхбаты берілген. Көз жанарының маңызы мен міндетін, атқаратын қызметін айтып өткен мәтіннің тақырыпаты өзінің мазмұнына сай қойылған, яғни тура мағынада. Автор мәтін тақырыбын оқырманға әсер етіп, қызығушылығын арттыру үшін прецедентті мәтінмен алып отыр.

Тәңіршіл қазақ ұлты үшін оттың киесі бар. Сол шырақ – сәуле, нұр, жарық, үміт оты. Біздің дәстүр бойынша отты ешқашан өшірмеген, жаман ырым. Керісінше, от жаққан, отпен аластаған, отты айналған. Осы дәстүрімізді, әдет-ғұрпымызды алға тартып, түсіндіре отырып, журналистер әртүрлі газет беттерінде, сайттарда бірталай мақалалар жариялауда. Басты мақсаты – жастардың үйлену тойларындағы, туған күндеріндегі торттың үстіндегі шырақты сөндірудің қателігін дәлелдеу. Мысалы, «Шырағың сөнбесін» деуші еді...», «Шырағың сөнбесін, шырағым!», «Қазақы дәстүр немесе шырағың сөнбесін» деген мәтіндердің барлығы осы тақырыпқа арналған. Журналист Қуат Адис бұл мәселе жөнінде былай дейді: *«бүгінгі тойлардағы «Шырағың сөнбесін», «Отауларыңның оты маздап тұрсын» деген лебіз-лепестерге біз көңіл бөліп, мән бермейтін болдық. Қазақ үшін тосын апаттан бөлек, қандай жағдайда да жақсылыққа, қажеттілікке жағылған отты өшіру жаман ырым саналған. Тіпті ол болашағыңа өз қолыңмен балта шабумен бірдей әрекет болыпты. Ал қазіргі даңғой, сауықшыл, мақтангер «жаңа қазақтарға» атабабадан қалған салт-дәстүр, әдет-ғұрып пен ырым-тиымның құны көк тиынға да татымайды»* (<https://new.zhalagash-zharshysy.kz.>, 04.12.2019). Келесі бір *«Қазақы дәстүр немесе шырағың сөнбесін»* (<https://qarmaqshy-tany.kz.>, 15.03.2022) деген мақалада А. Сәкенқызы ұлтымыздың салт-дәстүрлерінің еуропаланып бара жатқанын айтып, қазақтың ешқашан өз отын өшірмегенін алға тартады. Газет беттерінде бұл дәстүрді сынап жазған мақалалардың тақырыбы Т. Ахтановтың «Шырағың сөнбесін» шығармасымен ғана емес, мағыналас келетін О. Бөкейдің «Өз отыңды өшірме» туындысымен де берілген. Осы шығармалармен таныс, олар жайлы аялық білім бар оқырман берілген

мәтіннің идеясының, мазмұнының қандай болатынын шамалай алады. Журналистің мақаланы жазудағы мақсаты тек айтқысы келген ойын жеткізіп қана қоймай, бұл мәселені шешу керек деген ой тастау.

Прецедентті мәтіндер – ұлттық мәдениетіміздің, ұлттық болмысымыздың көрінісі, яғни оқырман қауымға ұлттық мәдениетімізден, өткен тарихымыздан ақпараттар береді, тарихи шындыққа көз жүгіртеді. Әр ұлттың өзінің мәдениетіне сай келетін прецедентті құбылыстарының жиынтығы бар. Сол феномендердің ары қарай прецедентті болу болмауына мәдени қауымдастықтың көзқарасы әсер етеді. «Шырағың сөнбесін» ұлттық-прецедентті мәтіні де тек қазақ жұртына ғана тән ұлттық ақпарды хабарлап тұр. Бұл тіркес қазақ тілінде фразеологизм ретінде тұспалданған ойды берсе, өзге ұлт өкілі үшін жай ғана тура мағынада жұмсалатын еркін сөз тіркесі болады. Сол сияқты бұл тек қазақ халқына ғана емес, осы шығарманы оқыған, тарих пен мәдениеттен хабары бар, қазақ тілін білетін адамдардың барлығына белгілі бола алады. «Прецедентті феномен деп кез келген ұлттық-мәдени менталитеттің өкілдеріне белгілі, жалпы және міндетті түсінік бар немесе бәріне түсінікті» [160] құбылысты айтамыз.

Прецедентті феномендер, жоғарыда айтқандай, көпшілікке танымал болады. Сонымен қатар олар белгілі болғаннан бастап, үнемі қозғалыста болып, түрлі кезеңде, әр алуан тілдік тұлғалардың қолданысында жүреді. Кей прецедентті құбылыстар қосымша мағынаға ие болып, қайтіп жаңғыруына ықпал етеді және олар өте қысқа мерзім ішінде танылып қолданысқа енуі мүмкін. Осындай сипатқа ие болған прецедентті мәтіннің бірі – «Оян, қазақ!». Алаш арысы М. Дулатовтың Қазақ ұлтының ұранына айналған өлеңі бұрыннан бері прецедентті мәтін болатын. Биыл режиссер М. Есжанның «Оян, қазақ!» атты тарихи көркем фильмінен соң еліміздің рухы оянып, аз уақыт аралығында бұл туындының танымалдылығы артып, қызу талқыланды. Соны анықтау үшін біздің тарапымыздан қазақ және орыс тілді гуманитарлық, техникалық бағытта білім алушы студенттердің арасында сауалнама жүргізілген болатын. «Оян, қазақ!» прецедентті мәтінінің жастар арасында қаншалықты қабылданғанын анықтау үшін кімнің шығармасы екендігі жөнінде сұрақ бердік. Сауалнамаға қазақ тілді 144, орыс тілді 90 студент қатысты. Олардың жауаптары төмендегі 2,3 суретте.



Сурет 2 - Орыс тобының сауалнама нәтижесі



Сурет 3- Қазақ тобының сауалнама нәтижесі

Жүргізілген сауалнаманың қорытындысы бойынша, «Оян, қазақ!» ұлттық-прецедентті феномені қазақ аудиториясының 93%-на белгілі болса, ал орыс тобының студенттерінің жартысынан көбі шығарманың авторының М. Дулатов екенін дұрыс тапты. Біз қарапайым сұрақ қою арқылы прецедентті мәтіннің жастардың танымындағы көрінісін анықтай алдық. Көркем әдебиет туындысы

қаншалықты танымал болса, ол шығарма соншалықты прецедентті феномен бола алады. Бұл – прецедентті мәтіннің ең негізгі белгілерінің бірі.

<https://abai.kz/> ақпараттық порталында «Оян, қазақ! Ойлан, қазақ!» ([https://abai.kz.](https://abai.kz/), 8.08.22) деген атпен Ақылбек Шаяхметтің мақаласы жарық көрді. Бұл қазақты ұйқысынан оятқысы келген ұлт зиялыларының, қазіргі ақындардың шығармаларын бір жерге тізіп берген мақала болды. Мәтінде автор оқырмандарды тың деректерден хабардар етеді. Ақиық ақындардың біз білмейтін, естімеген өлеңдерін талдайды. Мақаланың басы «Оян, қазақ» өлеңіне қарама-қарсы мағынада ирониямен жазылған сатирик ақын Бәкеш Айсіннің «Ұйықта, қазақ!» жыр жинағынан басталады. М. Дулатов «Оян, қазақ!» деген болса, ақын Серік Қалиев қасына «Ойлан, қазақ!» тіркесін қосты:

Оян, қазақ! Ойлан, қазақ! Бол, қазақ!

Шын бақытқа жеткізетін жол да ұзақ,

Алашағың аз ба мына дүниеден,

Болашағың емес пе еді зор, ғажап?!

Оян, қазақ! Ойлан, қазақ! Бол, қазақ!

Сілкінші бір қанатыңды қомдап ап!

Ауырыңды арқала да, алға бас,

Бауырыңмен не көрінді жорғалап?!

Мен қазақпын, сен қазақсың, ол қазақ,

Ер мінезбен өр рухқа болма жат.

Ортасына жалғыз орыс кіргенде,

Орыс тілде шүлдірлейді он қазақ. (Шаяхмет, [8.08.2022](https://abai.kz/)).

Журналист Алма Сайлауқызы «Оян, қазақты» феномен ретінде талдады. «Оян, Қазақ!» феномені» атты мақаласында шығарманы не себепті феноменге теңейтініне жауап береді. «Оян, қазақ!» – қоғамдық санаға ерекше әсер еткен, сананы сілкіндірген ірі құбылыс болды. Осы ойды дәлелдегісі келген автор мақалада Міржақыптанушы ғалымдардың пікірлерін ұсынады. Соның бірі түрік профессоры Хүля Қасапоғлы Ченгелдің сөзі: «Түркі әлемін түртіп оятқан «Оян» мотивінің авторы – Міржақып Дулатұлы. Оның «Оян, қазақ!» өлеңі түркі халықтарын санасын оятуда серпіліс әкелді... түрік дүниесіндегі «Оян» мотивінің қайнар көзі – Міржақып Дулатов» [161]. Журналист ары қарай өркениетке ұмтылуды, сананың оянуын, ойдың, елдің азаттығын жаңғыртуды көздеген «Оян, қазақ!» феноменінің тарихи ірі құбылыс ретінде басқа да ұлттарға әсер еткенін айтып өтеді. Келесі <https://baq.kz/> сайтында «Оян, қазақ» сөзі «Оян, қазақ» идеясына айналды» тақырыбында мәтін жарияланды. Мұнда «Оян, қазақтың» феноменнен бөлек идеологияға айналғаны жөнінде сөз болады. «Оян, қазақ» сөзі «Оян, қазақ» идеясына, «Оян, қазақ» кітабы қазақтың саяси манифестіне айналды. Міржақыптың өлеңдері жапон, түрік тілдеріне аударылған. Бізде «Оян, қазақ» болса, оларда «Оян, жапон», «Оян, түрік» болып аударылған. Тіпті 90-жылдары Уямо Томохико деген азамат Жапонияда Міржақып Дулатұлына арналған диссертация қорғады. Міржақып Дулатұлы жайында айтылар әңгіме көп. Алғашқы қазақ тіліндегі роман жазған автор, алғашқы алгебра, математика, қай салада болса да биіктен көрінген азамат.

Алашордадағы ең жарқын образ – Міржақып» (<https://baq.kz>., 25.11.2020) - дейді тарих ғылымдарының докторы, профессор Марат Әбсәмет.

Байқағанымыздай, журналистер баспасөз беттерінде қазақ ұлты үшін феноменге, идеологияға айналған «Оян, қазақ!» прецедентті мәтінін жиі қолданады. Бұқаралық ақпарат құралдарының біз білетін ақпараттық, баға берушілік, түсініктеме берушілік, танымдық-ағартушылық және ықпал етушілік қызметтері бар. Осыларды негізге ала отырып, журналистер прецедентті мәтіндер арқылы оқырманға газет тілінің аталған функцияларын жеткізе алады. Осы қызметтерді орындауда «Оян, қазақ!» прецедентті мәтінінің маңызы зор екені байқалды.

ә) Әлемдік көркем әдебиет үлгілері

Көркем әдебиет шығармалары прецедентті мәтіннің ең жиі кездесетін әрі тұрақты дереккөздерінің бірі. Бұлар – халықтың жадында терең орныққан туындылар, әдеби кейіпкерлер, көркем шындық. Классикалық әдеби шығармалар күнделікте тілдік қолданыста, баспасөз беттерінде белсенді түрде қолданылады және оның бірнеше себебі бар:

- Көркем әдебиет – классика, бір ұлтта, тіпті әлемдік мәдениетте маңызды деп танылған.

- Көркем әдебиет – рухани құндылықтың негізі, адамгершілік, мейірімділік, адалдық сынды философиялық идея мен өмірлік ұстанымды білдіреді.

- Көркем әдебиет – түсіндіруге икемді тәсіл, түрлі заман талабына сай бейімделіп қолдануға мүмкіндік береді.

- Көркем әдебиет – цитатаның дәл ортасы, яғни жекелеген фразалар, кейіпкерлер, сюжеттік оқиғалар оңай еске түсіп, танылады.

Орыс әдебиетінің классик жазушысы Л. Толстойдың «Соғыс және бейбітшілік» («Война и мир») романы «Gazeta Finansowa» газетінде шыққан Хенрик Борконың мақаласында прецедентті мәтін ретінде жұмсалып тұр. «Байқайсыз ба, бейбітшілік пен соғыстың арасында байланыс бар сияқты... Бәлкім, біреуге соғыс қажет те шығар, қалай ойлайсыз? Мүмкін бұған мүдделі топтар бар болар? Соғыстан түскен ақша кімнің қалтасына кетеді? Әскери қақтығыстар кімге тиімді?» (<https://dalanews.kz>., 15.05.15) деген сұрақты анықтағысы келген автор АҚШ, Ресей саясатын сынға алады. Мақала тақырыбы тура еш трансформацияға түспей сөзбе-сөз берілген шығарманың атауы – «Соғыс және бейбітшілік».

*«Тақырып ә дегенде өткен тарихтың жылнамасынан сыр шертетін тарихи әпсана тәрізді көрінуі әбден мүмкін кей оқырманға. Толстойдың шығармасы санатында санаға сіңген соң, әдебиеттің айналасындағы әңгіме ме деп қалуыңыз бек мүмкін. Әйтсе де біздің айтпағымыз әдебиетке қатысы жоқ, бүгінгі өмірімізбен біте-қайнасқан мәселе. Ғаламның түкпір-түкпірінде болып жатқан соғыстар біздің тақырыбымыздың басты дәлелі. Адамзат өркениеттің ең биік сатысына көтерілген ХХІ ғасырда да қырғын толалар емес. Тым ащы естілуі мүмкін, бірақ қырғынның аты– қырғын. Жұмыр жердің бетінде тіршілік атаулы өз ырғағымен, эволюциялық жолмен өсіп-өркендеуі*

туралы әңгіме қозғау асылық болар. Ендеше, бейбітшілік туралы мәселе де күн тәртібінен түспек емес...» (ЕҚ., 03.10.17) Бұл тағы «Соғыс пен бейбітшілік» деп аталатын келесі бір мақаладан үзінді. Мәтін басында айтылғандай Толстойдың шығармасына еш қатысты жоқ. Журналист бейбіт өмірді, бейбітшілікті қолдап әңгіме қозғайды, әдеби шығарманың атауын тақырыпат ретінде алып үлкен мәселені көтерген.

Қазақтілді басылым беттерінде прецедентті мәтін болып өте жиі жұмсалған көркем шығарманың бірі – Гогольдің «Өлі жандары». Бұл туындының кейіпкерлері – әдеби архетип, ал кейіпкерлердің сөздері – афоризмдер. Шығармадағы сатиралық типтік образдар, олардың істері өткен ғасыр үшін ғана емес, қазіргі күні де өзекті болып отыр. «Өлі жандар» қоғамның рухани тоқырауын, жалған құндылықтар мен ақша, пайда үшін жасалған пасық әрекеттерді әшкерелеген туынды. Автор «Өлі жандар» деп Чичиков, Манилов, Плюшкина сияқты рухани таяз, ішкі жан-дүниесі өлген, адамгершіліктен ада тірі адамдарды айтады. Ал мұндай адамдар әр уақытта әр қоғамда өмір сүреді және қазіргі заманға сай қайта мән-мағынаға ие болуда. Шығармада бейнеленген кейіпкерлердің типтік бейнесі бүгінгінің шенеуніктері, кәсіпкерлері, өз билігін асыра пайдаланатын басшылық орында отырған жандардан «чичиков», «манилов», «плюшкин» секілді тұлғаларды тануға жол ашады. Сондықтан журналистер бұл классикалық романның оқиға желісін, кейіпкерлерін, олардың афоризмге айналған сөздерін прецедентті мәтін етіп мақсатты түрде пайдаланады. Мысалы, «Егемен Қазақстан» газетінде жарық көрген «Өлі жандар» әшкереленді» мақаласында мектептегі былық сөз болады. Мәтін былай басталады: *«Кереку мектептерінде қазынадан ақша жымқыру әрекеттері тыйылар емес. Гогольдің әйгілі «Өлі жандарының» кейіпкерлері білім саласында әлі де елес беріп тұрғаны байқалады»* (ЕҚ., 11.03.24). Мақала авторы жемқор мектеп директорын романның «Чичиков» кейіпкері ретінде көріп отыр. Басқа «Өлі жандар» тіркесімен берілген мақалалардың көпшілігінде басшылардың жұмыста жоқ адамды тіркеп, соның атынан ақша алып отырған істері туралы айтылады. Газет беттерінде жарияланған *«Жұмыста аты бар, өзі жоқ - ҚТЖ филиалында «өлі жандар» анықталды»; «Өлі жандар» үшін мемлекеттен ақша алған»; «Мектептерде «өлі жандар» бар»; «Өлі жандар» есебінен қалай өмір сүруге болады»* сияқты көптеген мәтіндер соған дәлел. Барлық мақала тақырыпаттарындағы өлі жандар сөзі тырнақшаға алынып берілген. Ол автордың Гоголь шығармасына тікелей сілтеме жасап отырғанының белгісі. «Өлі жандар» шығармасы прецедентті мәтінге тән негізгі сипаттамаларға толық сәйкес келеді: ол жоғары мәдени құндылыққа ие, қанатты тіркестермен ерекшеленеді, қоғамдық жадта орныққан және қазіргі заманғы түрлі жағдайларға оңай икемделе алады.

Ғалым Ю. Н. Карауловтың айтуынша, прецедентті мәтін үш түрлі функционалдық формада өмір сүре алады [149, б.217]. Олар:

- Табиғи (естественный) – мәтін қабылдаушыға түпнұсқа түрінде жеткізіледі және бірден түсінікті болады). Мысалы, *Мен «Өлі жандарды» оқыдым.*

- Екіншілік (вторичный) – сыни пікірлер мен әдеби зерттеулерде көрінеді. Мысалы, *«Гогольдің «Өлі жандар» шығармасы хақында»* (adebiportal.kz., 25.04.25)

- Семантикалық – бастапқы мәтінге сілтеме жасау. Мысалы, *Гогольдің әйгілі «Өлі жандарының» кейіпкерлері білім саласында әлі де елес беріп тұрғаны байқалады», «Абай облысында мемлекеттік мекемеде «өлі жандар» жұмыс істеген»;*

Қарапайым тілмен айтқанда, прецедентті мәтін түпнұсқамен айтылады, одан соң түсіндіріледі, талданады, соңында жанама түрде айтылады, сәл өзгертіледі. Олар көркем шығармада, БАҚ материалдарында осындай формаларда кездесіп отырады.

Орыс әдебиетінің өкілі, жазушы Аркадий Гайдардың «Тимур и его команда» повесінің атауы да отандық БАҚ беттерінде журналистер тарапынан жиі қолданылатын интертекст. Көбінесе Қазақстандық шенеунік Тимур Құлыбаевқа қатысты жағымсыз әңгімелерді осы шығарманың тақырыбымен дәл береді. Мысалы, журналист *«Қазақ мұнайының қызығын Тимур және оның командасы көріп отыр»* (<https://datnews.info>., 14.11. 17) мақаласында еліміздегі ең бай адамдардың көшін бастап тұрған Т. Құлыбаевтың және оның жанындағы жұмыскерлерінің ісін сынға алады. Одан бөлек осы іспеттес тақырыпты қозғайтын *«Құлыбаев «командасы» бюджеттен қазылды»* (<https://abai.kz>., 17.02.22), *«Тимур және оның командасы. Құлыбаев тобында кімдер бар?»* (<https://rast.kz>., 17.01.22) тәрізді мәтіндер де бар. Сол сияқты «Тимур и его команда» прецедентті мәтіні спорт жаңалықтарында да қолданылуда. Себебі елімізде алғаш құрылған Футбол одағының президенті, кезінде «Қайрат» командасының капитаны болған, футбол тақырыбындағы басты фигураның бірі Сегізбаев Тимур Санжарұлының есімімен байланысында.

Жалпы прецедентті феномендер қысқа мерзімде танымал болып, қолданысқа енгенмен, тез арада тура солай қолданыстан шығып қалуы мүмкін. Мысалы, анекдот, жарнама тілі, хит болған әннің атауы не үзінділері, шулы болған, дау туғызған оқиғалар, жағдайлар. Тіпті мұндай прецедентті құбылыстарды келесі кезеңнің ұрпағы есіне де түсіре алмауы ықтимал. Бірақ сол прецедентті феномендердің қолданылған уақытында өзіндік мәні, құндылығы болады. Ал біз зерттеп отырған прецедентті мәтін болған *«Шырағың сөнбесін», «Оян, қазақ!», «Соғыс және бейбітшілік», «Өлі жандар», «Тимур және оның командасы»* классикалық көркем әдебиет туындылары еш уақытта бағасын жоймайтын, санадан өшпейтін прецедентті феномендер. Жоғарыда айтып кеткендей қоғамда кеңінен танылған, бірден санада сақталатын шығармалар, олардан алынған үзінділер халыққа қай кезде де әсер ете алады. Сондықтан да журналистер публицистика жанрында прецедентті мәтіннің «күшті әдеби» түрін көп қолданады. Бірақ кей кездері «күшті әдеби емес» түріне жататын ән мәтіндері де газет тақырыпаты бола алады және ел арасында бірден таныла алады.

## 2. Ән мәтіндері

### а) Қазақ авторларының әндері

БАҚ материалдарын талдау барысында ән мәтіндеріне негізделген интертекстуалды элементтердің жиі кездесетіні байқалды. Әр дәуірде жазылған әндер прецедентті құбылыстың өзіндік бір қырын құрайды. Поэзияда жиі ұшырасатын бұл тәсіл газет-журнал беттерінде сирек қолданылатынына қарамастан, кейбір материалдарда ерекше көрініс табады. Мысалы, «Жас Алаш» газетінде жарық көрген Б. Жасұланның «Жайымды айтсам жасырмай, жағдайым менің осындай...» атты мақаласында автор қазіргі еңбек нарығындағы күрделі ахуалды, жалақының төмендігін және күнкөрістің қиындығын шынайы сипаттай отырып, материалдың соңын МузАРТ тобының кеңінен танымал болған ән жолдарымен түйіндейді. Бұл жолдар елдің бүгінгі шынайы жағдайын дәл әрі әсерлі жеткізудің тәсілі ретінде қолданылады. И. Сапарбайдың «Бір тамшы көздің жасындай» әні осы тұста ел күйін дөп басып бейнелейді.

«Жас Алаш» газетінде «Атыңнан айналайын, Алматы!..» деген атаумен мақала жарық көрді. Автор – Ж.Байғанин. Бұл жерде Алматы қаласының атауын Алма-Ата деп өзгертуге ұмтылған бір топ белсенділердің аяқсыз қалған іс-әрекеті сөз болады. Мақаланың тақырыбынан-ақ оның түп төркіні Мәди Бәпиұлының шығармасынан алынғанын байқауға болады:

«Атыңнан айналайын Қарқаралы,  
Сенен бұлт, менен қайғы тарқамады.  
Сайыңнан сайғақ құрлы сая таппай,  
Мен бір жан қуғын көрген Арқадағы» (ЖА., 03.02.2022)

Сондай-ақ Жаңаарқа өңірінің символына, гимніне айналған Төкен Әлжантегінің «Жаңаарқа вальсі» әнінде де туған жерге деген сүйіспеншілік «Атыңнан айналдым, Жаңаарқа» деген жолдармен көрініс табады.

Журналист М. Жанысбай «Айқын» газетіне «Атыңнан айналайын, Қарқаралы» тақырыбында мақала жариялады. Мақала Қарқаралы жеріне келген танымал сәулетші, ҚР Елтаңбасының авторы, профессор, «Барыс» орденінің иегері Жандарбек Мәлібековтің сапарына арналған. Мақалада Қарқаралының көркем табиғаты, тарихи ескерткіштері мен Құнанбай мешіті сияқты мәдени нысандар жайлы баяндалады. Автор бұл мақаланың тақырыбы ретінде туған жерге деген сезімін білдіретін «Атыңнан айналайын, Қарқаралы» тіркесін таңдаған.

Сонымен қатар «Егемен Қазақстан» мерзімді басылымының «Әдебиет» айдарында 2017 жылдың 28 қыркүйегінде филология ғылымдарының докторы С. Абдрахмановтың «Атыңнан айналайын, Алтай» атты тарихи-танымдық мақаласы жарияланды. Онда автор көпшілік біле бермейтін орыс қаламгері Георгий Гребенщиковтың өмір жолы мен шығармашылық мұрасын талдап, материалды жазушының өз айтқан сөзімен түйіндейді: «... *Алтай менің Отаным болғандықтан емес, бүкіл адамзаттың шыққан жері, әлемнің бесігі, жер-жаһанның қоңырауы болғандықтан, атының өзі қоңырау үніндей қуатты һәм ізгілікті болғандықтан – атыңнан айналайын Алтай!*» (ЕҚ., 28.10.17). «Тақырыпатты да осы цитатадан алып қойған. «Атыңнан айналайын, Әулие ата» атты мақалада да автор тарихи Тараз жерін, ондағы әулиелерді тізіп

берген. Автор екі мың жылдық тарихы бар, Фирдауси, Рудаки сынды шығыс шайырлары жырлаған қасиетті қаланының тарихын жазған мәтін тақырыбын Жамбылдың «Атыңнан айналайын, Әулие ата, атыңды мен алды деп болма қапа» деген жырымен берген. Оны сөз соңын *«Заман зымырап өте береді. Дәуірдің доңғалағы дүірмен тасындай айнала түседі. Ал Әулие атаның, Қарахан баба мен Айша бибінің, Дадбек пен Тектұрмас әулиенің ескерткіштері алыстан мұнартып, Баласағұни мен Иүгінекидің шығармалары күн өткен сайын жаңара береді. Жүз жасаған Жамбыл бабамыздың «Атыңнан айналайын, Әулие ата» деп жырға қосып, тағзым еткені содан болар, сірә...»* (ЕҚ., 13.11.19) деп аяқтаған сөйлемдерден байқай аламыз. Мақала мәтінін оқымаған оқырман тақырыбын көре сала, Мәдидің әнінің трансформацияға ұшыраған нұсқасы деп ойлауы мүмкін еді. Жамбылдың өлеңінен гөрі халық әні іспеттес *«Атыңнан айналайын, Қарқаралы»* әуені көпшілікке кеңінен танымал» [106, б.223]. Бұл мысалдардан түсінгеніміз «прецеденттілік феномендері коммуникацияға түсушілердің бәріне бірдей деңгейде таныс болмауы мүмкін, бірақ белгілі бір лингвомәдени кеңістікте үнемі қолданылуына байланысты сол қоғам мүшелерінде олар туралы үстірт те болса түсінік болатыны сөзсіз» [4, б. 147].

Баспасөз беттерінде *«Атыңнан айналайын, Әулиеата»* (АТ., 24.10.24) (еліміздің әр өңіріне барып, халықтың өмірін тереңірек танып, болып жатқан оқиғаларын барынша шынайы жеткізуді көздеген газет («Ана тілі» газеті) «Ана тілі» экспедициясы» жобасын іске асырып, қасиетті Тараз шаһарына барғаны туралы), *«Атыңнан айналайын Қарағайлы»* («Дидар», 24.10.19) (Семей қаласында бой көтерген Қарағайлы ауданы туралы), *«Атыңнан айналайын, Астана»* (<https://qazdauiri.kz/>, 16.09.22) (Нұр-сұлтан деп аталған елордамыздың Президент ұсынысымен қайта Астана аталуы жөнінде), *«Атыңнан айналайын, «Қазақ банкі»* ([https://qamshy.kz.](https://qamshy.kz/), 13.10.14) (басқа банк атауларынан өзгешеленіп тұрған жаңадан ашылған банк жайлы), *«Атыңнан айналайын, әз Айыртау»* (Айыртау ауылы туралы), *«Атыңнан айналайын, Батыр Баба»* батыр Мұрат Мойынұлы жайлы) сияқты көптеген мақалалар кездеседі. Барлығының соңғы бөлігі ғана ауысып отырады. Мәтін тақырыбы автордың жазып отырған мекенге тамсануы, таңғалуымен қойылса, енді бірде өзекті мәселені жеткізу мақсатында, кей жерде кекесін мәнде сыни көзқарасын білдіру үшін берілген.

Қазақ вальсінің королі Ш. Қалдаяқовтың «Мойынқұмда ауылым» әні де прецедентті мәтін ретінде БАҚ материалдарында көрініс тапқан.

*«Кең-байтақ қазақ даласының әр аймағының әлі де ашылмаған сыры бар, әрбір өңірінің өзіндік орны да бар. Осыншама жерді ақ найзаның ұшымен, ақ білектің күшімен кеудесін оққа тосып қорғаған бабалардың рух күшіне қалай риза болмайсың!*

*Жамбыл облысы аумағының қырық екі пайызын алып жатқан Мойынқұм туралы айтқанда да талай орнықты ойға қаласың.*

*Жерінің асты да, үсті де қазына байлыққа толы осы алып ауданның атағы алысқа кеткен десек те артық емес. Мұнда жыр алыбы – Жамбыл бабамыз дүниеге келген, қос жұлдызды Жазылбек Қуанышбаев ерен еңбек еткен, Халық*

*қаһарманы Қайрат Рысқұлбеков туып-өскен. Ол әрі алғашқы қазақ хандығына алтын бесік болған.*

*Сонымен бірге, тұщы судың үлкен қоры да Мойынқұм жерінің астында жатқанын екінің бірі білмеуі мүмкін. Көпшілікке белгілі, тұщы су араб елдерінде алтынмен бағаланатынын ескерсек, осы шөл дала деп жүрген жеріміздің жарқын келешегі әлі де алда екені даусыз.*

*Иә, Мойынқұм жері, елі – осы аймақтан түлеп ұшқан азаматтар үшін үлкен мақтаныш. Ол біздің қасиетті қара шаңырағымыз!» (А., 17.08.19)*

Газет мәтінінен үзінді беріп отырған себебіміз, мақалада «Мойынқұмда ауылым» әні туралы бірде-бір сөз жоқ, тек Мойынқұм ауылы, оның табиғаты, тарихы туралы жазылған. Яғни автор тақырыпатты барлық қазақ жұртына мәлім Шәмшінің Мойынқұм жеріне арнаған әнімен қою арқылы сол елдімекенді таныстырған. Журналистің мақала тақырыпатын ән мәтінін келтіре отырып беруі

- оқырманның назарын аудартты;
- оқырманның қабылдауына әсер етті;
- оқырманның мәдени іліміне сілтеме жасады;

«Тереземді ұрмандаршы, тексерушілер...» (А., 29.10.22) прецедентті мәтіні кезінде «АБК» тобының орындауындағы хит болған «Тереземді ұрмандаршы, тамшылар» әнінен алынып отыр. Мақала мазмұны шағын және орта бизнесті тексеруге қойылған мораторийдің ұзартылғанына қарамай қайта-қайта тексерушілердің келіп мазалап жатқаны жөнінде. Осыдан келіп журналист өзінің шеберлігінің, тапқырлығының арқасында мақаласына «Тереземді ұрмандаршы, тексерушілер...» деген тақырыпат қойған және бұл сөйлем аллитерация тәсілімен жасалған. «Тереземді ұрмандаршы, милиция немесе көршілер» деп айтса, ешқандай үндесу болмайды. Т әрпіне басталған тексерушілер сөзі тура келе кеткендей, сөйлемге реңк беріп тұрғандай. Немесе «Жолың болсын, жолаушы» (ОҚ., 23.11.17) әні де еш трансформациясыз прецедентті мәтін болып жұмсалып жүрген туынды. Жол ережесіне өзгерістердің енгізілуі, еліміздегі жолдың мәселесі, әсіресе қыс мезгілінде жабылып қалатын жол туралы көптеген мақалаларда бұл ән мәтініне негізделген прецедентті феномен жиі пайдаланылады.

#### ә) Халық әндері

Прецедентті мәтін болудың алғашқы шарттарының бірі – халық арасындағы танымалдылығы. Ұлттың жадында сақталған, керек болса қайта жаңғырып отыратын шығармаларға халық әндері жатады. Ән мәтініне сүйеніп жазылған тағы бір мақала – «Ресейден шұбырып көш келеді» («Жас Алаш», 07.07.2022). Онда Ресейден Қазақстанға жаппай көшіп жатқан адамдар легі тарихи «Ақтабан шұбырынды, Алқакөл сұлама» кезеңін еске түсіретіні айтылады. Автор бұл ұқсастықты ашық айтпай, астарлы түрде «Елім-ай» халық әнінің жолдары арқылы жеткізуді жөн көрген:

- «Қаратаудың басынан көш келеді,
- Көшкен сайын бір тайлақ бос келеді.
- Ел-жұртынан айрылған жаман екен,

Екі көзден мөлтілдеп жас келеді» [162]. Бұл ән тарихи қасіретті, яғни болған оқиғаны бейнелейтін ән. «Қаратаудың басынан көш келеді» ән жолдары прецедентті мәтін ретінде тек газет беттерінде ғана кездеспейді, тіпті көркем шығармаларда да мәтінаралық байланысты бере біледі. Ақын Ф. Оңғарсынованың өлеңі осыған дәлел. Шығарма атауы өлеңнің алғашқы жолы және ол тырнақша ішінде жазылған:

«Басынан Қаратаудың көш келеді».

Көш келсе - өмірімнің өшпегені...» [163].

Ғ. Жайлыбай да «Қаратаудың басынан көш құлады, Тағдыр-тамшы арқамнан осылады» деп жырласа, Т. Темірбекұлының мына бір өлеңі интертекстуалды элементтің бір түрі перифразды көрсетеді. Автор қазақтың Мырзашөл деген жерінің Өзбекстан мемлекетіне өтіп кеткендігі, елімізге қайтарылмағаны жөнінде әңгіме қозғайды. Сөз соңын өлең жолдарымен түйіндейді:

«Бүгінде Мырзашөлден көш келеді,

Көшкен сайын бір КАМАЗ бос келеді.

Жер-Анадан айрылған жаман екен,

Мөлтілдеп қара көзден жас келеді...

Жас келеді, Қош, Мырзашөл!...» (ҚҰ, 02.04.20).

«*Бір КАМАЗ бос келеді*» дегені ол жерде өзбектер мақта шаруашылығын ашып, елімізге экспорттайды. Қаламгер «Бір тайлақ» сөзін алмастырып, халық әнінің контекстін жаңғыртып отыр.

Тағы бір кең таралған халық әні, прецедентті мәтін бола білген «Әттең тоңның келтесі-ай» тіркесі сөзбе-сөз мақала тақырыбы болып жүр. Сондай бір мәтінде Қытайдан келген оралман бауырлардың туған жерінде қиыншылық көріп өмір сүріп жатқандығы туралы айтылады.

б) Шетелдік әндер

Шетел әндері қазақ тілінің публицистік басылымдарында көп кездеспесе де, бірен-саран материалдарда прецедентті мәтін ретінде көрініс табуда. Мысалы журналистер мақалаларында Г. Лепстің атақты «Я уеду жить в Лондон» әнін III жақта қолданады. «Он уехал жить в Лондон...» атты мақалада Атырау облысының бұрынғы әкімінің Лондонға қашып кеткендігі туралы жазылған. Үзінді келтірсек: «*На днях Национальное бюро по противодействию коррупции через СМИ предложило экс-акиму Атырауской области Бергею Рыскалиеву (на снимке - справа) до 2 марта самостоятельно явиться на допрос в Астану. А беглец, о судьбе которого ходили самые разные слухи, тем временем всплыл в Великобритании*» («Время», 26.03.18). Немесе «Не уехал жить в Лондон: бывший министр Марат Бекетаев ещё один месяц останется за решёткой» мәтінінде керісінше тағы бір шенеунік Лондонға кете алмай қалған. Жалпы бұл Лепстің орындауындағы ән прецедентті мәтін ретінде орыс және қазақ баспасөз беттерінде саяси дискурста көп пайдаланылады.

Ән мәтіндерін прецедентті мәтіннің бір дереккөзі ретінде қарастырған кезде тағы бір айта кететін жайт, қазіргі күні өткен, бірақ халық жадында сақталған халық әндеріне ұқсас, сол ежелгі музыкалық аспаптардың үні

сезілетін әндер шығып жатыр. Неге екені белгісіз, сондай фольклормен, ежелгі сарынмен байланыстырылған өнер жанрлары бірден хит болып, көпшіліктің сұранысына ие болуда. Оның себебі, адамдар өткенін ұмытпайды, салтын, дәстүрін ұлықтайды, арғы түпсанадағы ақпарат жандана түседі деген ойдамыз. Мәселен шаңқобыз, домбыраның дауысы ерекше естілген Ө. Айниязовтың орындауындағы М. Мұстафаұлы мен Д. Шәкібайдың «Бір шәугім шай» әні аз уақытта танымалдылыққа ие болды. Әннің тақырыбының өзі еліміздің ұлттық қалпын, нағыз қазақылықты көрсететіндей. Қазақта «Бір шәугім шай» деген дәстүр де бар. Қонақжайылық салтын көрсететін, адамдардың арасындағы сыйластықты, қарым-қатынасты ұлықтайтын терең мән-мағынаға ие әдет-ғұрыптың бірі. Немесе интернет желісінде вирус видео болып тараған Башқұрттардың «Хомай» әні «Орал батыр» эпосындағы оқиға негізінде жазылған. Мұнда да сол ұлттық нақыш, ұлттық сарын, ұлттық құндылық. Бұл туындылар – бойында прецеденттілік сипат көрінетін қазіргі күннің «хит дүниелері». Бірақ бұл әндердің қаншалықты прецедентті феномен болатынын уақыт көрсетеді.

### 3. Тарихи-философиялық, саяси сипаттағы публицистикалық мәтіндер

Мұндай мәтіндер халықтың мәдени санасын, идеологиялық бағдарын және азаматтық көзқарасын қалыптастыруда айрықша маңызға ие. Саяси сипаттағы мәтіндер әбден прецедентті феномен бола алады, себебі:

- тарихи кезеңдер мен саяси шешімдерге байланысты пайда болып, қоғамдық резонанс тудыра алады;

- мемлекет қайраткерлері, ойшыл белгілі тұлғалар халық үшін беделді, олардың айтқан сөздері, іс-әрекеттері көпшілікке үлгі;

- саяси мәтіндер БАҚ-та, ресми кездесулерде, митингілерде жиі қайталанып отырады;

- мұндай мәтіндер тілдік және мағыналық жағынан ықшамды болады, мағынасы терең тіркестер бірден есте сақталып, көбінесе символдық мәнге ие бола алады;

Мысалы «Гонконгты қайтару және Маргарет Тэтчер» (<https://abai.kz>, 2.06.22), «Украина-Ресей келіссөзі: Дәйек пен дақпырт» (<https://abai.kz>, 21.04.25), «Халық үніне құлақ асатын мемлекет», «Трамп пен Ши: Кім бұрын тізерлейді?..» (ЕҚ., 18.10.19); «Абай Құнанбайұлының саяси дүниетанымы: ойшыл ақынның «Қара сөздерінен» көзқарастар» (<https://abai.kz>, 23.04.24) т.б. мақалаларда саяси, философиялық көзқарастар орын алған, баға берілген, яғни интерпретациялық қызмет атқарылып тұр. Одан бөлек тарихи-философиялық, саяси сипаттағы публицистикалық мәтіндер аксиологиялық, идеологиялық қызметтерді де атқарады.

### 4. Сакралды мәтіндер

Сакралды мәтіндер – қасиетті, киелі мәтіндер, прецедентті феноменнің ең көне түрі. Олар діни сипаттағы, қоғамның рухани, моральдық негізін қалыптастыратын мәтіндер болып табылады. Мұндай мәтіндерден шыққан сөз тіркестері, оқиғалар мен кейіпкерлер мәдени жадта терең орнығып, тұлғалық және ұлттық деңгейдегі мағыналық реңкке айналған. Сакралды мәтіндер

әлеуметтік-құндылық мәні бар, қоғам тарапынан киелі деп танылған, қабылданған, халықтың дүниетанымына әсер ететін, ұрпақтан-ұрпаққа сақталып жеткен үлгілер. Осындай белгілерінің негізінде олар БАҚ-та прецедентті мәтін болып жұмсалуда. Мысалы, «Сараң – Пайғамбардың жиені болса да пейішке кірмейді» (<https://asyldin.kz.>, 06.05.17), «Бердімұхамедов «пайғамбар жасын» тойлады. Елде марапат, шетте қарсылық жиіледі» (<https://www.azattyq.org.>, 5.07.20), «63 пайғамбар жасы емес», «Жөн білмеген адамға Қыдыр ата дарымас» (АТ., 18.03. 2011), «Фатимадай қызың болғанын қаласаң, Пайғамбардай әке бол!», «Өзің диуанасың, кімге пір боласың?», «Қасиетті, киелі мекен – Түркістан!» (<https://dalanews.kz.>, 03.10.15), «Ақиректе – Арыстан баб...» (ЕҚ., 09.04.20) т.б.

#### 5. Кинофильмдер, мультфильмдер, телебағдарламалардан үзінді

Көрермен санасында сапалы кинофильмдер, ондағы цитаталар уақыт өте келе прецедентті мәтінге айналады. Кино бұқаралық өнер түрі болғандықтан көпшілікке деген мәдени ықпалы зор. Фильмдердегі кейіпкердің сөз қолданысы, жаңа сөздер мен тіркестер, сюжет желісі, оқиғалары, идеясы көрерменнің танымына әсер етеді. Кинодағы диалогтар қысқа әрі нұсқа болады және эмоциялық әсері күшті. Егер күнделікті ауызекі сөйлеу тіліне қолдануға ыңғайлы болса сөйлеушілер арасында қайталанып отыратыны анық. Осыдан келіп кино жанры прецедентті феномен болады. Кинофильм атауына негізделген прецедентті мәтіндер:

- Көпфункционалды – эмоция да береді, әзілге құрылады, тіпті саяси хабарды да жеткізеді. Мысалы, «Бандыны» құған Мәсімов...» («Ақ Жайық», 15.06.17), «Атаманның ақыры. Тимур Құлыбаевқа да тықыр таянды» (<https://abai.kz.>, 26.04.23), «Атаманның ақыры: Орал оқиғасы ұмытылды ма?» (<https://www.azattyq.org.>, 30.10.23), «Хамит бандыны әлі қуып жүр екен (Төл оқулық туралы толғау)» (<https://kerekinfo.kz.>, 20.01.11), «Миллион кімге бұйырады?» ЕҚ., 13.01.23);

- Уақыт сынағынан өткен – кейбір фразалар, кей кино туындыларының атауы көп жылдар бойы қолданылады, кейде жаңарып отырады. Мысалы, «Алпамыстың құрдастары мектепке барады!..» («Ақтөбе», 1.10.11), «Менің атым – Қазақстан» (ЕҚ., 19.12.18), «Біздің сүйікті дәрігер» (ОҚ., 18.03.23).

- Баға беру құралы – жағымсыз іс-әрекетті әшкерелеу үшін, оң әрекетті мадақтау үшін қажет болады. Мысалы, «Шыңғыстаудың Робин Гуды» (ЕҚ., 05.11.12), «Қазақтың Робин Гуды» алаяқ болып шықты» (<https://qaz.ulysmedia.kz.>, 10.04.25), «Қазақтың бэтмені»: Мәжіліс депутатының «Абу-Даби Плаза» төбесінде түскен видеосы желіде талқыға түсті» (<https://stan.kz.>, 03.06.24);

#### 6. Жарнама

БАҚ-та кездесетін жарнама мәтіндерінен туындаған прецедентті феномендер тек маркетингтік мақсатпен ғана шектелмей, тілдік қарым-қатынас аясында да әртүрлі қызметтер атқарады. Олар бағалау, ирония және мотивация сияқты прагматикалық міндеттерді орындап, сөйлеу тілін көркемдеп, мәдени коммуникацияны одан әрі байыта түседі. Сәтті жасалған жарнама мәтіндері

қоғамның санасында орнығып, кең көлемде қолданылатын тұрақты мәдени бірлікке айналады. Міне сондықтан да жарнама тілін прецедентті мәтін ретінде қарастыру тіл мен мәдениет арасындағы байланысты терең ұғынуға, бақылауға жол аша түседі. Мысалы, «СОСА-COLA»: *ақиқат пен аңыз*» («Қазақ», 22.11.18) мақаласында аталған сусынының тарихы, құрамы, зияны мен пайдасы жайлы сөз болады. «...Шаршағаныңды басатын, көңіліңді ашатын» энергетикалық сусын...» (ЕҚ., 29.10.23) мәтіні де газдалған сусынның зиянды жағын әшкерелеуге арналған. «Аш болсаң өзіңе ұқсамайсың». Желіде дастарханға жүгірген жұрт сынға қалды» (<https://massaget.kz.>, 01.04.23) деген мақалада журналист рамазан айында ораза ұстаған жандар үшін жайылған дастарханға жүгірген адамдардың іс-әрекетін сынға алған.

Қазіргі технология дамыған жаһандану заманында прецедентті мәтіндердің тағы бір дереккөзі ретінде интернет-сленгтерді көрсетсе қалай болады екен деген ой да келді. Өйткені баспасөз беттеріндегі мәтіндердің тақырыпаттары, құрамындағы сленг сөздердің саны күннен-күнге көбейе түсуде. «Шымкентте лайк баспайтын» мемқызметкерлер қудаланып жатыр», «Хайп қуған аталар: тойды басына көтеріп билеген аталар Қазнет жұлдызы болды», «Хайп қуған сұрақ»: Бозымбаев су тасқынына қатысты пікір білдірді», «Биылғы тренд», «Бренд қуған жастарға енді тағы бір тренд пайда болды», «Токаев ответил, кто его краш», «Елімізде селфиге түсіп, қаза тапқан жеткіншектер», «Селфи жасамақ болған жасөспірім ауыр халде жатыр», «Абайлаңыз, фейк ақпарат!» т.б.



а)



ә)

Сурет 4 - <https://ru.pinterest.com/pin/8655424281258281/> сайтынан алынған мем-сурет

Бұларды бірі жаңа сөздер десе десе (В. Б. Крячко, И. А. Цветков) [164], бірі англицизм (Е. В. Белецкая, Д. А. Клинова, А. Г. Дудкина) [165], бірі тренд

сөздер (А. А. Ефанов) [166] дейді. Анығы бұлар ел арасында айтылып жүрген «модный» сөздер. Сол сияқты осы сынды сөздерді, прецедентті мәтіндерді өте тез арада таныту құралы ретінде интернет-мемдерді айта аламыз. Саяси дискурса қатысты, әзілге құрылған, философиялық ой беретін мем түрлері бар. Оларда прецедентті феномендер келтіріледі, қайтадан жаңғырылады десек те болады. Ол туралы ғалым Л. Н. Ребрина былай дейді: «Интернет-мемдердегі прецедентті феномендерді қолданудың ерекшелігі — оларды қайта интерпретациялау және жаңа контексте қолдану (реконтекстуализация) болып табылады. Бұл олардың комизм тудыру, ерекше эстетика қалыптастыру, диалог жүргізу және интеллектуалдық ойын ұйымдастыру құралы ретінде қызмет етуіне мүмкіндік береді» [167].

Мысалы, мына а- суретті визуалды-прецедентті мем ретінде қарастыруға болады. Суреттің мәдени әрі символдық мәні бар. Мемнің көрнекті элементі: ұлттық киім киген азиялық әдемі қыз. Сурет жазуы: Ш. Мұртазаның афоризмдік тіркесі – «Бір кем дүние». Төменгі жағында «Есіңе ал, он бәленің тоғызы тілден, сөзіңде тұрмасаң, сынақ келер бірден» деген фольклорлық, философиялық мазмұнды мәтін берілген.

- Келтірілген афоризм өмірдің өткінші екенін түсіндіріп тұр.

- Қыздың бейнесі, тағынған әшекейлері мәдени символды көрсетеді.

- Мем қазақтың ұлттық болмысы мен руханиятын бейнелейтін мәдени код болады.

Мемді жасаған карикатуристің мақсаты ұлттық болмыс, нәзіктік пен философиялық ойды бір бейнеге шоғырландыру болды. Оқырманда эмоциялық, эстетикалық әсер тудырды. Сондай-ақ сурет ескертуші, ойландырушы, тіпті біршама қарсылық білдіруші сипатта. Автор былай деуге тырысқандай: *«Сөзіңе берік бол, дәстүріңді ұмытпа, рухани діңгегіңнен ажырама. Әйтпесе, өмір сені сынайды».*

Біздің түсінуімізше, картинаның негізгі тақырыбы:

- Ұлттық болмыс пен руханият дағдарысы;

- Салт-дәстүр мен сөздің киесі;

- Әйелдің бейнесі арқылы ұлттың келбетін жеткізу;

- Қазіргі қоғамдағы рухани жауапкершілік мәселесі.

Ә-суретте мемде де жас әйелдің бейнесі бар. Бет-жүзі жақыннан түсіріліп, екі көзінің астында «Көзімнің қарасы» деген сөз жазылған. Абайдың танымал философиялық-лирикалық өлеңінің алғашқы жолы. Бұл – махаббат пен жан сұлулығының символы, мәдени прецедент, ұлттық лирикалық метафора деңгейіне көтерілген тіркес. Мем авторы осы өлеңнің атауын визуалды бейнемен тілдік-көркем образға айналдырып, оны жаңа медиа кеңістікке тасымалдап отыр. Көз қазақ мәдениеті үшін ерекше семиотикалық мәнге ие: бір жағынан адамның жан дүниесінің айнасы, екінші жағынан «көзімнің қарасы» тіркесі махаббат, сезімнің нәзік белгісі, метафора. Бұл мем лингвистикалық, визуалды, мәдени кодтарды біріктіре білген. Мем көз арқылы сезім мен сырды жеткізген, Абайдың поэзиясы арқылы ұлттық поэтикалық жадыны іске қосқан, көрерменге эстетикалық әсер берген. Бұл мем ұлттық кодты қайта жаңғыртқан,

прагматикалық, семиотикалық, интертекстуалдық мағына қабаттарын іске қоса алған, Абайдың классикалық өлеңін қазіргі замануи визуализациямен біріктіре білген медиатекст.

Интернет-мемнің мынадай семантикалық ерекшеліктері бар:

«- Көпмодальділік, интернет-мемде ақпарат берудің екі арнасы бар: вербалды (мәтін) және визуалды (сурет, видео). Бұл компоненттер семиотикалық жүйеге жатады. Мем компоненттері әртүрлі белгілер жүйесіне жатады (тіл+бейне).

- ИмPLICITтілік, мемдер көбінесе күрделі идеяларды минималистік формада береді (бір сурет+бір сөз тіркесі), яғни ақпаратты қысып, ықшамдап беру. Мем неғұрлым қысқа болса, оның мағынасын ашу үшін соғұрлым көп күш жұмсау қажет. Қабылдаушы жасырын мағынаны контекстке сүйене отырып «толықтыруы» тиіс.

- Прецеденттілік – белгілі бір мәдениет өкілдері үшін маңызы бар құбылыстарды қолдану арқылы жүзеге асатын лингвистикалық категория ретінде қарастырылады. Прецеденттілік – коммуникацияға қатысушылардың ортақ мәдени капиталы мен танымдық білімінің болуын көздейді. Бұл білімді пресуппозиция ретінде қарастыруға болады. Егер қатысушылардың пресуппозициялары сәйкес келсе, онда интернет-мем дұрыс түсініледі. Мемдердегі прецедентті феномендер коммуникацияға қатысушыларға жақсы таныс болып, жеңіл танылуы керек. Прецедентті феномендер сан алуан болып келеді және олар прецедентті есімдер, оқиғалар, айтылымдар, мәтіндер және т.б. түрінде көрініс таба алады. Сондай-ақ, прецедентті феномендер мемдерде жиі қолданылатын аллюзия механизміне түрткі болады. Мемдердің прецеденттілігін олардың семантикасының негізінде жатқан базалық категория ретінде қарастыруға болады» [168]. Қарапайым тілмен түсіндіріп өтсек, интернет-мемдер – күрделі семиотикалық гибридті мәтін. Ондағы көпмодальділік мәтін мен бейнені біріктіреді, имPLICITтілік белсенді түсіндіруді талап етеді, прецеденттілік ортақ мәдени кодқа сүйенеді.

Интернет мемге де прецедентті феноменге де ортақ белгілер бар. Олар бір не екі сөйлеммен идеяны жеткізетін қысқалық, басқа оқиғаға сілтеме жасайтын интертекстуалдылық, ирония, сарказмға құрылып бағалаушылық қызмет атқара алуы және екеуі де белгілі бір мәдени ортаға танылатын, таралатын құбылыс. Тіпті орыс зерттеушісі Т. Б. Радбиль мемді жаңа типтегі прецедентті феномен деп қарастырады. Жазған мақаласында мынадай тұжырымға келеді: Прецедентті феномендер мен мемдер интернет-дискурста экспрессивтілік пен эмоционалдық әсерді арттыру үшін маңызды. Мемдер екі деңгейлі құрылымға ие: бір бөлігі мәдени кодты активтендіреді, екінші бөлігі қажетті ақпаратты жеткізеді [169].

Біз Радбильдің пікірімен келіспейміз, себебі интернет-мем мен прецедентті құбылыстардың ұқсас белгілері болғанымен, мемнің басты айырмашылығы – көпмодальдылығында (мәтін+сурет+дыбыс) және ол өте тез жылдам таралады, тез өзгереді, ғұмыры қысқа болады. Бірақ мем прецедентті феноменді танытатын, тарататын құрал. Осындай визуалды интертекстуалдылық

элементтері, карикатуралар, мемдер, әртүрлі иллюстрациялар журналистер тарапынан қазіргі баспасөз беттерінде өте белсенді түрде қолданылуда және олардың көпшілігі мәдениетке негізделіп жасалады. Автор осы элементтерді беру арқылы әлеуметтік әрі мәдени құбылыстарды көрсетеді, сол арқылы айтқысы келген ойын тұспалдап немесе ашық жеткізеді. Осылай интертекстуалдылық мәдениеттер арасындағы диалогқа әсер ете алады.

Осылайша, прецедентті феномендер басылымдар беттерінің тақырыптарында, мақалалар мазмұнында және түрлі интернет ресурстарда жиі ұшырасады. Олар мәтін ішінде ұлттық мазмұнды, мәдени ерекшеліктерді, халықтың басты құндылықтары мен ұлттық дүниетанымды шоғырландырып, терең мән береді.

Сонымен прецедентті феномендер мерзімді баспасөз беттеріндегі тақырыпаттарда, газет мәтіндері құрамында, әртүрлі сайттарда кеңінен қолданылады. Олар мәтін бойына ұлттық ақпаратты, ұлттың мәдениетін, негізгі құндылығын, ұлттық сананы жинақтап береді. Біз газет беттерінде, газет сайттарында кездесетін прецедентті мәтіндерді қарастырдық.

- Прецедентті мәтін – белгілі бір ұлттың жадында сақталған тарихи жайттар, әр халықтың болмысын, тұрмыс-тіршілігін, салт-санасын көрсететін, үнемі қозғалыста жүретін, уақыт өте келе қайтып жаңғырып отыратын тілдік үдеріс. Прецедентті мәтіндердің қатарында көркем әдебиет, сакралды мәтіндер, ән мәтіндер, кинофильмдер, жарнамаларды атай аламыз.

- Қазіргі кезеңдегі бұқаралық ақпарат құралдарының қызметі тек қана ақпаратты хабарлаумен шектелмейді. Ақпарат жеткізу міндетімен қатар, БАҚ-тың негізгі мақсаттарының бірі – оқырманға эмоциялық-психологиялық әсер ету, қоғамдық пікір қалыптастыру және аудиторияның қабылдау үдерісіне белсенді ықпал жасау болып табылады. Осы мақсатқа жету үшін қазіргі журналистикада мәтінді бейнелі, әсерлі және мәнерлі етуге бағытталған түрлі тілдік-стилистикалық құралдар кеңінен қолданылады.

- Журналистер өз материалдарына тақырып қою кезінде көбіне прецедентті мәтіндерге жүгінеді: бірде оларды сол күйінде қолданса, бірде мазмұнын түрлендіріп береді. Мұндай тәсіл прецедентті мәтіннің ықшам әрі мәнді ақпарат жеткізу мүмкіндігін тиімді пайдалануға жол ашады. Кей жағдайларда мақала мазмұны прецедентті құбылыстың мәнімен үйлессе, енді бірде оған қарама-қарсы мазмұнда түсіндіріліп беріледі. Біз жинастырған баспасөз беттеріндегі, интернет желілеріндегі *«Шырағың сөнбесін»*, *«Оянған өлке»*, *«Оян, қазақ!»*, *«Өлі жандар»*, *«Соғыс пен бейбітшілік»*, *«Жайымды айтсам жасырмай, жағдайым менің осындай...»*, *«Атыңнан айналайын, Алтай»*, *«Атыңнан айналайын, Алматы»*, *«Атыңнан айналайын, Қарқаралы»*, *«Ресейден шұбырып көш келеді»*, *«Жолың болсын, жолаушы»*, *«Гонконгты қайтару және Маргарет Тэтчер»*, *«Украина-Ресей келіссөзі: Дәйек пен дақпырт»*, *«Шыңғыстаудың Робин Гуды»*, *«Қазақтың Робин Гуды»* алаяқ болып шықты», *«Қазақтың бәтмені»: Мәжіліс депутатының «Абу-Даби Плаза» төбесінде түскен видеосы желіде талқыға түсті»*, *«Аш болсаң өзіңе ұқсамайсың»*. Желіде дастарханға жүгірген жұрт сыңа қалды», *«СОСА-*

*COLA*»: *ақиқат пен аңыз*», «*Аш болсаң өзіңе ұқсамайсың*». Желіде дастарханға жүгірген жұрт сынға қалды», «*He уехал жить в Лондон: бывший министр Марат Бекетаев ещё один месяц останется за решёткой*» т.б. прецедентті мәтіндері әртүрлі қызметтерді атқарып тұр. Біріншіден – газет мәтінінің мазмұнын беріп тұр; екіншіден – әдеби шығармаға, ән мәтіндеріне сілтеме жасай отырып оқырманның ойына, сезіміне әсер етуді көздеген авторға көмегін тигізу; үшіншіден – уақыт пен кеңістік жағынан айырмашылық болса да қазіргі мақаланың идеясы арқылы өткен тарихтағы әдеби туындыны еске түсіре отырып екі мәтінді байланыстыру.

- Біз сауалнама жүргізу арқылы прецедентті мәтіннің жастардың танымындағы көрінісін анықтауға талпыныс жасадық. Жалпы алғанда, көркем әдебиет туындысының қоғамда кең таралуы мен танымал болуы – оның прецедентті мәтін ретінде қабылдануына ықпал ететін маңызды факторлардың бірі. Бұл құбылыс жоғарыда атап өткен прецедентті мәтіннің негізгі сипаттарының бірі ретінде қарастырылып, оның тұрақты түрде мәдени санада жаңғырып отыруына септігін тигізеді. Демек, көркем шығарманың танымалдылығы мен оның мәдени кеңістікте жиі қолданылуы оны прецеденттік дәрежеге көтеретін негізгі алғышарттардың бірі болып табылады.

### **2.3 БАҚ-тағы прецедентті айтылымның лингвомәдени сипаты**

Прецедентті айтылымдарды жан-жақты зерттеген ғалымдар В. В. Красных, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренконың еңбектері орасан зор. Аталған ғалымдардың теорияларынан артық тұжырым айту мүмкін емес, сондықтан олардың еңбектерін негізге ала отырып, біз өз тарапымыздан нақты мысалдар жинақтап, талдау жүргіземіз. «Прецедентті айтылым – сөйлеу және ойлау қызметінің қайта жаңғыртылатын өнімі; аяқталған және өз алдына жеткілікті бірлік, ол предикативті болуы да, болмауы да мүмкін; бұл – күрделі таңба, оның компоненттерінің мәндерінің жиынтығы оның жалпы мағынасына тең емес; когнитивтік базаға прецедентті айтылымның өзі кіреді; прецедентті айтылым орыс тілінің тасымалдаушыларының сөйлеу тәжірибесінде қайта-қайта қолданылады» [170]. Ғалым И. В. Захаренко прецедентті айтылым мен прецедентті есімді прецедентті феномендердің символы етіп көрсетеді. Бұл құбылыстың ерекше құрылымын береді. Яғни прецедентті айтылымның жоғарғы беткі мағынасы (поверхностное значение), терең мағынасы (глубинное значение) және жүйелік мәні (системный смысл) бар дей келе, прецедентті айтылымға мақал-мәтелдер, афоризмдерді жатқызады [171].

Прецедентті құбылыстардың сан алуандығы ұлттық тіл мен мәдениеттің байлығын айқындай түседі. Халықтың рухани болмысы мен дүниетанымы, ең алдымен, оның фольклорлық мұраларынан көрініс табады. Солардың қатарында мақал-мәтелдер, ертегі-аңыздар, эпостық жырлар, шешендік сөздер мен жұмбақтар ұлттың өмірлік тәжірибесін, салт-дәстүрі мен тәлім-тәрбиесін бейнелейтін маңызды дүниелердің бірі. Ауыз әдебиетінің осындай формалары қазіргі лингвомәдениетте прецедентті айтылым ретінде қарастырылады. Қазіргі

журналистикада мақал-мәтелдердің ақпаратты ықшам жеткізуге мүмкіндік беретін қасиеті ерекше бағаланып, олар газет-журналдарда жиі тақырып ретінде таңдалады. Өйткені мақал-мәтел – терең мағынаны қысқа әрі нұсқа түрде жеткізудің тиімді құралы. Журналист үшін бұл – шектеулі көлемде кең мазмұнды білдірудің таптырмас тәсілі.

Мақал-мәтелдер – халық ауыз әдебиетінің маңызды жанры ретінде танылып, зерттеушілер тарапынан прецедентті құбылыстардың бір түрі – прецедентті айтылымдар қатарына қосылады. Қазіргі ақпарат құралдарында бұл тілдік бірліктер жиі қолданылады, әсіресе мәтіннің тақырып бөлімінде. Өйткені мақал-мәтелдер қысқа болса да, терең мазмұнды жеткізуге қабілетті. Журналистикада көлемі үлкен, айтылған көп дүниені, кең мағынаны қысқа және тура беру – басты талаптардың бірі. Осы тұрғыдан алғанда, мақал-мәтелдер қысқа әрі нұсқа мазмұнмен оқырман назарын аудартатын құрал ретінде бағаланады. Біз бұл тұжырымды дәлелдеу мақсатында осыған дейінгі зерттеулерде қарастырып кеткен болатынбыз. Нақтырақ көрсетіп кетсек:

Мысалы, «Жас Алаш» мерзімді басылымында Қ. Зарыққанқызының «Аспаннан шұға жауса да, кедейге ұлтарақ тимейді» (ЖА., 14.09.2021) деген атаумен жарияланған мақаласында еліміздегі әлеуметтік теңсіздік мәселесі сөз болады. Автордың пайымынша, мемлекет тарапынан бөлінген қомақты қаражаттың игілігін шенеуніктер мен жоғары табысты топтар көріп отыр, ал қарапайым тұрғындар үшін бөлінетін көмек мардымсыз күйде қалуда. Қазақстандағы ең төменгі жалақы мен әлеуметтік төлемдердің деңгейі халықтың негізгі қажеттіліктерін өтеуге жетпейді. Тіпті, елдің өмір сүру сапасы Еуропаның кейбір мемлекеттерімен салыстырғанда әлдеқайда төмен деңгейде екені айқын байқалады. Қоғамдағы түйткіл жағдайға назар аударған журналист мақаласын «*Аспаннан шұға жауса да, кедейге ұлтарақ бұйырмайды*» деген осы да. Сонда халыққа қайтпек керек? Мұнымен ел еңсесін қалай тіктейді, қалай өсеміз, қайтіп дамимыз?!» (ЖА., 14.09.2021) деп түйіндейді.

«Егемен Қазақстан» газетінде жарық көрген Қайнар Олжайдың пластиктің ғаламдық зиянына арналған мақаласы бірнеше бөлімге бөлініп жазылған:

1. «*Аспаннан киіз жауған күн*»;
2. «*Аспаннан шұға жауған күн*»;
3. «*Аспаннан кәмпит жауған күн*»;
4. «*Аспаннан пакет жауған күн*» [104, б.31].

Автор мұндағы қалыптасқан тіркесті түрлендіріп, тақырыпқа жаңаша реңк береді. Бұл тәсіл оның көтеріп отырған мәселеге түрлі қырынан қарап, өз көзқарасын айқын білдіруіне мүмкіндік туғызады.

Мәтіннің бастапқы бөлімінде автор эпиграф ретінде келтірілген сөздің түп мағынасы мен пайда болу себебіне арнайы тоқталады. «*Қазақ: «Аспаннан киіз жауса да, құлға ұлтарақ бұйырмайды» дейді. Алғаш естіген бала кезімізде «аспаннан қалай киіз жауады?» деп таңырқағанбыз. Ес білген соң ойласақ, әлеуметтік сатыны сипаттауға мал өсірген көшпелі тірліктің мол шикізаты: киіз бен одан жасалатын заты: ұлтарақты қалай тапқыр пайдаланған. Құлдың ештеңеге хақылы еместігін дәлелдеу үшін қар жауатын аспаннан киіз*

*жауғызған, қайран бабалар!»* (ЖА., 14.09.2021). Келесі бөлімде автор Швецияда кеңінен қолданылатын қоңыр қағаз пакеттер жайында сөз қозғайды. Швед халқының полиэтилен мен пластиктен бас тартып, экологиялық баламаға көшкенін атап өтіп, олардың саналы таңдауларына ризашылығын білдіреді. Ол өз ойымен бөлісе отырып, Стокгольмдегі дүкендердің бірінде тұрып, *«экологияны түсінген елдер үшін табиғаттың өзі жақсылық жаудырып жатқанда, біз әлі де соның шетіне іліге алмай жүрміз»* деген түйін жасайды.

Мақаланың екінші бөлімінде пластиктің қоршаған ортаға тигізер орасан зор зияны жан-жақты ашылады. БҰҰ-ның табиғатты қорғау ұйымы таратқан деректерге сүйеніп, пластик қалдықтарының кесірінен жойылып жатқан жануарлар мен су тіршілігі туралы мәліметтерді келтіреді және «табиғат қорытып үлгергенше, Шахановша айтқанда, 500 жыл күтуге тура келеді:

Ел тағылымын аяқ асты төсенбе,

Той аз болмас әлі сенің көшенде.

Бес жүз жыл күт, содан кейін рұқсат

Он бес қызды қабат алам десең де» (ЖА., 14.09.2021) деген мысалды келтіреді.

Үшінші бөлімді журналист «Аспаннан кәмпит жауған күн» деп атайды. Мұнда автор пластик бөтелкедегі кең таралған газдалған сусындар – «кока-кола», «пепси-кола» «спрайт» туралы сөз қозғайды. Сонымен қатар Алматыда орналасқан, полиэтилен өнімдерін шығаратын қытайлық өндіріс ошағының қызметі мен оның табиғатқа тигізіп отырған залалы жайында айтады. Ауаның, топырақтың ластану мәселесі де осы бөлімде кеңінен көрініс табады.

Қорытынды бөлімде жазушы Шерхан Мұртазаның 80 жылдығына арналған шара аясында болған бір оқиғамен бөлісіп, әлемнің бірқатар елдерінде – Қытай, Ұлыбритания, Швеция, Ресей және Өзбекстанда – пластик қалдықтарын қайта өңдейтін кәсіпорындар жұмыс істеп жатқанын тілге тиек етеді. Ал Қазақстанда болса, күнделікті көз алдымызда полиэтилен ұшып жүрсе де, нақты әрекет жоқ екенін ашына жазады. Автор бұл тұста халық мақалының алғашқы бөлігін жаңаша түрлендіріп, қоғам үшін өзекті экологиялық мәселені күн тәртібіне шығарады.

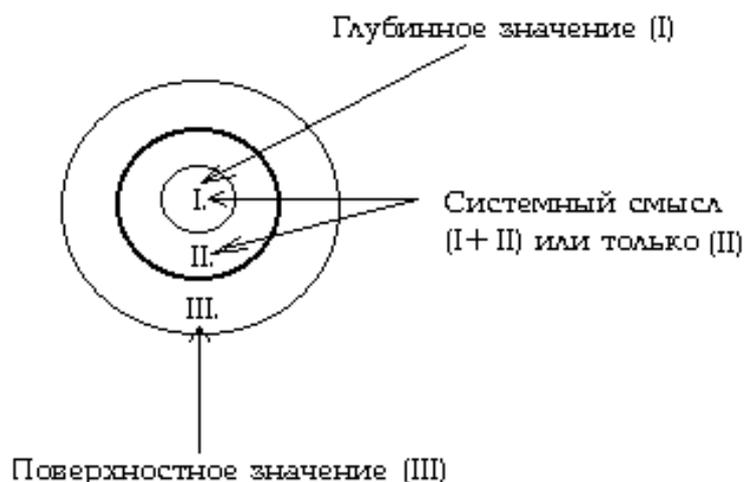
Автор өз мақаласында ирония мен сарказм элементтерін шебер қолдана отырып, көтерілген мәселеге сын көзбен қарайтынын айқын аңғартады. Мақаланың әр бөліміне әдейі әжуалап, мысқылға толы атаулар беруі арқылы оқырманды ойландыра түседі. Журналист өз пікірін былайша білдіреді: *«Жалпы, біздің Парламент полиэтилен пакеттерге тыйым сала алар еді. Үкімет Жәркентте, Қызылқұмда қайта жүгері өсіртіп, шырышынан Норвегиядағы сияқты биологиялық пакет жасата алар еді. Әкімдер ырыққа көнбей жер-көкке қаптап өсетін кендірден қорап пен себет шығарта алар еді. Ал пластик ыдыспен сусын шығаратындар қанша өнім өндірсе, соншама құттыны кері қабылдауын заңмен неге реттемеске?»* (ЖА., 14.09.2021) [104, б.31].

Қазақта *«Аспаннан Әбілхаят суы жауса да, Тал ағашы жеміс бермейді»* деген мақал да бар. Алдымен Әбілхаят суы туралы аңызды еске түсірсек, әңгіме

бойынша ертеде өлім ауызында жатқан қария ұлына жиған малы, жинаған қазынасы құмырадағы суын мирасқа қалдырады. Ол суды ішкен адам мәңгі жасайды, өмір бойы жас болып қалады. Әкесі жасарын жасап, бұл дүниені көргенін айтып, ұлына береді, ұлы да сұм жалғанда қызық жоқ деген оймен суды татпай, жерге шашып жібереді. Су қарағай мен шыршаға құйылып, содан олар мәңгілік жап-жасыл болып қалған деседі. Газет беттерінен «Қартайтпайтын һәм жасартатын «әбілхаят суы» қашан пайда болады?!» деген прецедентті айтылым тақырыпат болған мақаланы кездестірдік. «Адам баласын қартайтпайтын құдірет ойлап табу – бүгінгі ғылымның бас ауыртып отырған мәселесі. Өзекті жанға бір өлім барын біле тұра, ұзақ ғұмыр сүруден үмітті адамзат «мәңгілік өмір» кілтін іздеу жолында тер төгуін доғармақ емес. Барлығының іздегені де, көкsegені де бір - қартайтпайтын һәм өлтірмейтін «әбілхаят суын» ойлап табу» (<https://kaz.inform.kz.>, 21.11.11) деп басталатын мәтінде қазіргі ғылымдағы ашылып жатқан жаңалықтар жайлы айтылған. Жасанды өкпенің трансплантациясы, онкологиялық ауруларды емдеу үшін жасалып жатқан жұмыстар, микробиот жобасы, адамның асқазан-ішек жолдарының жасушаларын зерттеу сынды тың дүниелердің пайда болғандығы жөнінде жазылған. Мақала «Әбілхаят суы» - бұл адамзаттың ежелден келе жатқан ең асқақ арманы. Өздерінің ғаламдағы ең әлсіз жаратылыс егесі екенін сезінгеннен бастап пәнидегі пенделер қартайтпайтын, өлтірмейтін күш ойлап табуға жанталасты. Оны ойлап табуға кезінде ғалымдар емес, алхимиктер тырысып көрген болатын. Ғалымдар бұған тек соңғы 10 жыл ішінде ғана шындап кірісе бастады. Қазір адамдардың «ғұмырларын» ұзартып, «өлтірмейтін су» ойлап табу зерттеулеріне қажетті ғылыми база енді-енді жасақталып жатыр» (<https://kaz.inform.kz.>, 21.11.11) деген профессор Ж. Жұмаділовтің сөздерімен аяқталады.

Ғалым И. В. Захаренконың айтуынша прецедентті айтылымның үш қабаты бар. Сызбасы былай берілген (сурет 5):

Схема 3. "Структура" ПВ.



Сурет 5 - И. В. Захаренконың сызбасы

Біздің түсінуіміз бойынша «Аспаннан шұға жауса да, кедейге ұлтарак бұйырмайды» прецедентті айтылымының қабаттарындағы мағыналары мынадай:

1. Жоғарғы беткі мағына – тура, лексикалық мағына, айтылымды алғашқы естіген немесе оқыған сәттегі қабылданатын мағына.

«Аспаннан шұға жауса да» – ең үлкен нығмет, молшылық, мол мүмкіндік болса да, «Кедейге ұлтарак бұйырмайды» – әлеуметтік тұрмысы төмен жанның қолына ештеңе тимейді.

2. Терең мағына – астарлы мазмұнды мағына (метафоралық, метонимиялық, ирониялық). Бұл деңгейде айтылым белгілі бір мәдени, адамгершілік немесе эмоциялық мәнге ие болып, терең мағыналық қабат ашады.

Прецедентті айтылым семантикалық тұрғыдан қоғамдағы әділетсіздік, әлеуметтік теңсіздікті, байлардың қиянаты, әлсіздердің бейшара халін бейнелейді. Көшпелі өмір салтын ұстанған халық болғандықтан, сол қоғамда әлеуметтік теңсіздік орын алғандықтан қазақ ұлты өзінің танымына қарай мақал-мәтелді, аңыз-әңгімелерді, қысқасы фольклорлық мұрасын қалыптастырды. Бұл мақалдағы шұға – өте қымбат, бағалы мата, сол кездегі байлықтың белгісі. Ал ұлтарак – аяқ киімге салынатын кішірек зат. Сонда шұға – мол мүмкіндіктің, байлықтың символы, ұлтарак – қарама-қарсы ең аз берілген үлестің белгісі болып тұр. Метафора арқылы қазақ халқының әділетсіздік туралы танымы, әлеуметтік теңсіздікке деген сыни көзқарасы көрініс табады. Прагматикалық жағынан тыңдаушының эмоциясына әсер етіп, жағдайға сыни көзқарас тудырады. Әрі ирониялық, пессимистік реңк бар: жақсылық бәріне бірдей жетпейді, мүмкіндік болса да әділ үлес болмайды.

3. Жүйелік мәні – берілген айтылымның ұлттың мәдени жүйедегі алатын орны, тарихи-философиялық мәні. Бұл қабатты түсіну үшін мәдени білім, аялық білім және ұлттық контекст қажет. Жүйелік мәні = түпкі мағына + мәдени фон + ассоциация.

«Аспаннан шұға жауса да, кедейге ұлтарак бұйырмайды» прецедентті айтылымы қазақ халқының дүниетанымын танытады, мәдени код ретінде ұлттық санада орнығып, тілдік және әлеуметтік коммуникацияда ерекше рөл атқарады.

Басылым беттерінде тақырып ретінде жұмсалатын мақалдың бірі – «Қой көрмеген қуалап өлтіреді». Еш өзгеріске ұшырамай мақал атауымен берілген жазбада журналист Қ. Зарыққанқызы мал басын шектеу туралы ұсынылған реформамен келіспейтінін ашық білдіреді. Қазақ халқының тіршілігі мен тұрмысы ежелден мал шаруашылығымен тығыз байланысты болғандықтан, мұндай бастама елдің түсінігіне жат, қисынсыз көрінеді. Ұлттың дүниетанымында қалыптасқан таным бойынша халқымыз бір іске көңілі толмаған кезде *«Қой көрмеген қой көрсе – қуалап өлтіреді, ұл көрмеген ұл көрсе – дуалап өлтіреді»* деген. Журналист осы тұрғыдан өз ұстанымын білдіріп, мақаласын нақты әрі әсерлі тұжырыммен қорытындылайды: *«мұны ұқса, ауыл шаруашылығы министрлігі келешекте қазақтың мал басын емес, ретсіз реформаларының санын шектер деп үміттенеміз»* (ЖА. 30.11.21).

Аталған мақал-мәтелге журналист Б. Сманов та өз жазбасында сілтеме жасайды. Ол «Ғылым кандидаттары мен докторларын дайындаудан неге қашамыз?» атты мақаласында ([kazgazeta.kz](http://kazgazeta.kz), 12.01.2016) 2010 жылдан бастап дәстүрлі ғылыми дәрежелерді беру жүйесінің жабылып, Болон процесіне асығыс өтуіне сын айтады. Автордың пікірінше, бұл өзгеріс көптеген ізденушілердің жылдар бойы сіңірген еңбегін жоққа шығарды, сондай-ақ оларға жұмсалған мемлекеттік қаражат та тиімді пайдаланылмады. Осы жағдайды сипаттай келе, ол халқымыздың «Қой көрмеген қуалап өлтіреді» деген мақалы арқылы реформадағы асығыстық пен оның салдарын астарлы түрде бейнелейді. Автор мәтін соңында «*Біздің бұл тірлігіміз, басқаны қайдам, мен үшін, дәп бір «Қой көрмеген көргенсіз қуалап жүріп өлтіреді, ұл көрмеген көргенсіз дуалап жүріп өлтіреді» дегеннің керін келтірген секілді*» ([https://kazgazeta.kz.](https://kazgazeta.kz), 12.11.16) деген қорытынды ой айтады. Сонымен қатар желі қолданушылары арасында белгілі ғалым М. Жолдасбековтің әнші Димашқа берген мына бір ақ батасы таралған: «...танымалдылығыңды көтере біл, «Қой көрмеген көргенсіз қуалап жүріп өлтіреді» дегендей, сен көтеріп кетуің керек, өйткені, халық сенен үлкен үміт күтіп отыр. Алдында талай жарыс бар» ([https://www.ult.kz.](https://www.ult.kz), 27.02.17). Бұл тұста мақал бастапқы мағынасынан өзгеше, яғни қарама-қарсы мазмұнда қолданылып тұр: бата беруші жұлдыз болғанмен сол атаққа сай әрекет етіп, көпшілікке өнеге көрсете біл деген ойды жеткізуді көздейді. Барлық мысалдарда мақал автордың ойын нақтылап, мазмұнды түйін жасауға ұтымды қызмет еткен. Әрбір мәтінде бұл халық даналығы әрқалай қолданылғанымен, бәрінің арқауында жатқан түпнұсқа нұсқасы – «Қой көрмеген қой көрсе – қуалап өлтіреді, ұл көрмеген ұл көрсе – дуалап өлтіреді».

Бұл прецедентті айтылым тура мағынада екі түрлі адамның әрекетін сипаттап тұр. Бірі – қой көрмеген, яғни мал бақпаған, қыр-сырын білмейтін адам қойды қуалап жүріп шаршатып өлтіреді. Екіншісі – ұл көрмеген, яғни ұл баланың қадірін білмеген адам оны дуалап өлтіреді. Қой көрмеген – қойды түсінбейді, дұрыс қарай алмайды қой өледі; Ұл көрмеген – ұлдың қадірін білмейді, ұлға қастық жасайды. Прецедентті айтылымның жоғарғы беткі мағынасы – қойды, ұлды түсінбейтін адамдардың зиянды әрекеті.

«Қой көрмеген қой көрсе – қуалап өлтіреді, ұл көрмеген ұл көрсе – дуалап өлтіреді» прецедентті айтылымы қарапайым жағдайды ғана емес, жалпы надандықтың, мәдениетсіздіктің, тәрбие көрмегендіктің қоғамға тигізер зиянын тұспалдап жеткізеді. «Көргенсіз» деп сипатталған адам – дәстүрді, адамгершілікті түсінбейтін қоғамға қауіпті тұлға. Претекстің құрамындағы «Қой» ұғымы – мал-мүліктің, байлық пен дәулеттің белгісі, «Ұл» - ұрпақтың, болашақтың символы. Демек, мұнда қоғамдық құндылықтар мен болашаққа қауіп төндіру мәселесі астарлы түрде беріліп тұр. Прецедентті айтылымның терең мағынасын осылай түсіндіруге болады. Ал жүйелік мәніне келсек, аталған прецедентті айтылым қазақтың дәстүрлі тәрбие, көрегендік, ұрпақ қамы туралы танымын жинақтап береді. Ол қазақ мәдениетінде бала тәрбиесі мен мал ұстау өнерін аса жоғары бағалайтын түсінікке сүйенеді. Қой – дәстүрлі қазақ

қоғамында байлықтың, берекенің, күнкөрістің негізі. Ұл – әулетті жалғастырушы, отбасы тірегі. «Көргенсіздік» ұғымы – тәрбиесіздік пен қоғамға қауіпті мінездің мәдени стереотипі. Сондықтан бұл прецедентті айтылымды тыңдаушы (адресат) бірден қазақы мәдени код арқылы дұрыс қабылдайды: Тәрбиесіздік – қоғамға үлкен зиян. Құндылықты білмеу – оның түбіне жету.

Журналистер қоғамдық өзекті мәселелерді жазған кезде прецедентті айтылымдарға көп жүгінеді. Өйткені мұндай тұрақты тілдік бірліктер қысқа болса да, терең мағына береді, эмоциялық әсері жоғары әрі оқырман санасында жылдам ассоциация тудырады. Прецедентті айтылымдар арқылы журналист тек ақпарат беріп қана қоймай, сол жағдайға өз бағасын, көзқарасын, тіпті ұстанымын білдіреді. Мысалы, әлеуметтік мәселені көтерген «Өсер елдің баласы бірін-бірі батыр дер» (ЖА., 01.02.23) мақаласында Тараз қаласындағы шекара бөлімінде өзіне қол салған сарбаздың жайы айтылады. Автор тақырыпатты мақалмен беру арқылы оқырманға тікелей ықпал етуді мақсат етеді, қоғамдық резонанс тудыратын мәселеге жауап іздейді. Сол сияқты бұл мақал арқылы ел ішіндегі алауыздық пен рухани құлдырауға назар аударады. Әскерде бір-бірін қорлап, әлімжеттік жасап жатқан сарбаздардың бейнесін мақалмен тура бере білген. Мәтін соңында «Өшер елдің баласы бірін-бірі қатын дейді» деген мақалдың жалғасын келтіреді.

«Өсер елдің баласы бірін-бірі батыр дер» прецедентті айтылымының қабаттарын мынадай:

1. Жоғарғы беткі мағынасы. Халық даналығынан шыққан мақал-мәтел, нақты афористік құрылыммен берілген. Прецедентті айтылым қолдау, мадақ, елдік рухты көтеру мағынасында қолданылатын тілдік бірлік болып тұр. Публицистикада, ауызекі сөйлеуде, тәрбиелік-насихаттық мәтіндерде қолданылады.

2. Терең мағынасы. Мәдени-ұлттық когнитив, бұл айтылым қазақ ұлтының қоғамдық мораль нормаларын, ұжымдық санасын, рухани биігін бейнелейді.

3. Жүйелік мәні. «Өсер елдің баласы бірін-бірі батыр дер» прецедентті айтылымының ұлттық лингвомәдени кеңістіктегі орны және қызметін былайша қарастырдық.

- Бұл айтылым – ұлттық-мәдени кодтың бір бөлігі, тілдік-мәдени менталитеттің өнімі;

- Мақал-мәтелдер жүйесінде бұл айтылым қарсы қою (өсер/өшер) арқылы құндылық жайлы бағдар береді;

- Жүйелік тұрғыдан бұл айтылым қазақ мақал-мәтелдері жүйесінде ұлттың идеалы ретінде қызмет етеді.

Сонымен жүйелік деңгейде бұл прецедентті айтылым – қазақ ұлтының ұжымдық рухын, моральдық қағидаттарын, ел болашағына сенімін білдіретін тілдік-когнитивтік бірлік.

Кезекті жарияланған мәтіннің тақырыбы – «Легионер. «Өзіңнен тумай ұл болмас» (ЖА., 31.08.2022).

«Ежелгі дұшпан ел болмас,

Етекте кессең, жең болмас.

Қараша торғай қаз болмас,  
Шағала келмей, жаз болмас.  
Шаңқан болмай, боз болмас.  
Өзіңнен тумай ұл болмас,  
Сатып алмай құл болмас...» [172]

Бұқар жыраудың толғауынан алынған жолды тақырыпқа өзек еткен бұл мақала ұлттық намысты екінші орынға ысырып қойған, ел мүддесіне жанашырлық танытпайтын легионерлер жайында. Автор футбол сияқты әлемде кең танылған спорт түрінің Қазақстандағы қазіргі жай-күйін сынға алады. Журналист шетелдік ойыншыларға қомақты қаржы жұмсағаннан гөрі, олардың орнына тәжірибелі бапкерлерді тарту әлдеқайда пайдалы болар еді деген пікір айтады. Сонымен қатар, ол еліміздің Мәдениет және Спорт министрліктері бұл мәселеге алдағы уақытта бейжай қарамай, оң шешім қабылдайды деген үмітін білдіреді.

Газет беттерінде талданған мақал-мәтелдер мен нақыл сөздер – халқымыздың дүниетанымын, өмір салтын айқын сипаттайтын прецедентті айтылымдар болып табылады. Бұл тілдік бірліктер әрбір мәтінде терең мағына жүктеп, ұлттық рух пен мәдениеттің, тарихи зерденің ізі жатқанын аңғартады. Себебі прецедент дегеніміз – ел жадында сақталған, бұрынғы дәуірлерде болған, кейінгіге үлгі боларлық оқиғалар мен құбылыстар. Сол себепті прецедентті мәтіндердің қатарына енген мақал-мәтелдер, афоризмдер, аңыздар мен тарихи деректер – барлығы да ұлттық болмыстың көрінісі ретінде қабылданады.

Қазақ халқы үшін бөрі – ерекше мәні бар киелі бейне. Бұл қасиетті жыртқыш туралы халық ауыз әдебиетінде де, көркем шығармаларда да кеңінен сөз болады. Мысалы, М.Әуезовтің әйгілі «Көксерек» повесі мен С.Ақсұңқарұлының «Қасқырдың монологы» атты терең мағыналы поэзиясы – соның айғағы. Сонымен қатар «Иттің иесі бар, бөрінің Тәңірі бар», «Қасқырдың терісін сыпырсаң да, тектілігін ала алмайсың» деген секілді қанатты сөздер бөрі бейнесінің рухани биіктігін айшықтай түседі. Алайда кейбір газет материалдарында қасқыр бейнесі жағымсыз кейіпте қолданылып, оны теріс астармен сипаттаған мақалалар да кездеседі. Бұл – бөрі образының қазақ мәдениетіндегі мағыналық ауқымының кеңдігін көрсетеді.

Қ. Әбілдәқызының «Қой терісін жамылған тендерлер» (ЖА., 19.11.2021) атты мақаласында классикалық фразеологиялық тіркес жанаша реңкте қолданылып, «қасқыр» сөзі «тендер» ұғымымен алмастырылған. Журналист мақалада Мемлекет басшысының бюджет қаржысын үнемдеу мақсатында форумдар мен конференцияларды уақытша тоқтату туралы тапсырмасының орындалмай жатқанына назар аударады. Мәтін барысында «Күлтөбенің басында күнде жиын» тәрізді тарихи-мәдени астары бар тіркестер мен «қолда барда қонышынан басып қалу» сынды мақалдар да кездеседі, бұл автордың ойына көркемдік, астарлы мағына береді.

Сонымен қатар, ұқсас тақырыптағы бірқатар мақалаларда да «қой терісін жамылған қасқыр» бейнесі кеңінен қолданылып жүр. Мәселен, билікке

ұмтылған жасырын мүдделі топтар туралы мақала (<https://arasha.kz/>, 16.08.2022), террорлық ұйымдардың жымсықы әрекеттерін сипаттайтын <https://ser-per.kz/> сайтындағы материал (23.11.2021), сондай-ақ <https://astanatv.kz/> порталында жарияланған, кейбір полицейлердің екіжүзді болмысын әшкерелейтін «Қой терісін жамылған...» атты мақала (02.09.2017) – барлығы да осы тұрақты образ арқылы әлеуметтік әділетсіздік пен жалғандықты бейнелейді. Бұл мәтіндердегі қой – жағымды, қасқыр – жағымсыз образ. Бұл мақал арқылы журналист саяси мәселені көтеріп отыр.

«Қой терісін жамылған қасқыр» мақалы орыс ұлтының тілдік бейнесінде де ұшырасады. «Волк в овечьей шкуре» – тіпті калькаланған аударма десек болады. Орыс тілді әлеуметтік желілерде «Волк в овечьей шкуре», «Волки в овечьей шкуре» или нужна золотая середина» секілді атаумен жарық көрген мақалалар жиі ұшырасады. Мысалы, <https://manzal.livejournal.com/793114.html> сайтында жарияланған «*Турецкий волк в овечьей шкуре*» атты мақалада Қырым татарларының дүниежүзілік конгресі мен Ресейде тыйым салынған түріктің «Серый волк» ұйымы туралы сөз қозғалады. Бұл мақалада журналист саяси астары бар мәселелерді көтеріп, түрік ұйымдарының ықпалын сипаттайды. Ал «*Волк в овечьей шкуре*» атты басқа бір мақалада Сирия мен Иракта соғысып, кейін бейбіт елдерде тұрақсыздық тудыруға әрекет етіп жүрген тұлғалар туралы баяндалады. Ондай адамдардың шынайы бет-бейнесін ашу үшін автор оларды «қой терісін жамылған қасқырлар» деп бейнелейді [173].

«*Wolf in sheep's clothing*» тіркесі алғаш рет Эзоптың мысалдарынан белгілі болғанымен, бүгін де ағылшын тілінде кең таралған танымал прецедентті феноменге айналған. Бұл идиома қазақ және орыс баспасөзіндегі сияқты ағылшын тілді журналистикада да жиі кездеседі. Әсіресе саяси тақырыптарды қозғауда, жалған бейнені әшкерелеу мақсатында қолданылады. Ағылшын журналистері бұл тұрақты тіркесті шынайы ниетін жасырып, қоғамға қауіп төндіретін тұлғаларды сипаттау үшін жиі пайдаланады. «*A wolf in sheep's clothing: citizen uncertainty and democratic backsliding*», «*A wolf in sheep's clothing': settler voting rights and the elimination of the Indigenous demos in US Pacific territories*» [174], «*A Wolf in Sheep's Clothing?: Jovan Rašković, the Serbian Democratic Party, and the "Serbian Question" in Croatia*» [175] сынды көптеген мақалалар осыған дәлел. Бұл идиоманың шығу төркінін ғалымдар Библияда жатыр деп есептейді. Ол туралы қасиетті кітапта былай жазылған: «*Watch out for false prophets. They come to you in sheep's clothing, but inwardly they are ferocious wolves*» («*Жалған пайғамбарлардан сақ болыңдар. Олар сендерге қой терісін жамылып келеді, ал ішкі болмысы қасқырдай жыртықшы*») (Matthew 6, 7:15). Бірақ бұл фразаның шығу тарихын ежелгі грек мифологиясынан іздейтін деректер де бар. «Қой терісін жамылған қасқыр» тіркесі ежелгі дәуірден бастау алады және грек мәдениетіне тән. Ежелгі грек мифологиясында Зевс құдайының қойларды ұрлау үшін қасқыр бейнесіне еніп, қой қорасына жасырын кіруі туралы алдамшы әрекетті сипаттайтын аңыздар бар (<https://ru.wikipedia.org.>). Ел арасында тараған осы аңыз шындыққа жанасатын сияқты. Жалпы қасқыр бейнесі екіжүзділіктің емес, рухтылықтың,

мықтылықтың, өрліктің, еркіндіктің символы. Ал қулықты, сайқалдықты түлкі образы береді.

Бүгінгі бұқаралық ақпарат құралдарында жиі кездесетін прецедентті құбылыстардың бірі – мақал-мәтелдер. Өйткені олар халықтың өмірлік тәжірибесі мен даналығының тұнбасы ретінде ұлттық сананың көрінісі саналады. Бұрынғы кезде мұндай тұрақты тіркестер мәтінге көркемдік реңк беріп, тіл байлығын арттыру үшін қолданылса, бүгінде олар мәдени-әлеуметтік мәні бар, мәтіндер арасындағы сабақтастықты қамтамасыз ететін маңызды дискурстық элементке айналды. Осы себепті журналистер оқырманға әсерлі, мағынасы таныс әрі жеңіл қабылданатын мақал-мәтелдерді орынды пайдаланып, көтеріп отырған мәселені ықшамды әрі терең жеткізудің тиімді жолын табуға тырысады.

Баспасөз материалдарында прецедентті мәтіндер тобында мақал-мәтелдермен қатар афоризмдер мен сентенциялар да жиі қолданылады. Бұл екі ұғымды нақты ажыратып алу маңызды. Афоризм – терең мағыналы, бейнелі түрде тұжырымдалған қысқа сөйлем. Ол көбіне адамның ой елегінен өткізіліп, жинақталған өмірлік тәжірибе мен философиялық пайымның нәтижесі ретінде қалыптасады. Ал «сентенция» дегеніміз «афоризмнің бір түрі, авторы анық көрсетілмеген афоризм, яғни белгілі бір контекстен үзіп алуға келетін, ықшамдығымен, әсерлілігімен әрі интеллектуалдық, әрі эстетикалық талапқа сай келетін, көбіне философиялық, дидактикалық поэзияның жемісі, көптің көңіліне ұялағандай қысқа құрылған нақыл сөз» [4, б.39]. Сентенция – көбіне көркем мәтіндерде ұшырасатын, мағынасы сол шығарманың жалпы мазмұнымен тығыз байланыста ашылатын қысқа әрі нұсқа тұжырым. Оларды өз контекстінен үзіп алып, түрлі жағдайларды сипаттау, бағалау үшін қолдануға болады. Мысал ретінде журналист Қ.Көрпебаевтың «Жас Алаш» газетінде жарияланған «Адамды заман билейді, замана оны илейді» атты мақаласын алуға болады (28.06.2022). Бұл тақырыпта Абайдың «Адамды заман билейді, заманға жаман күйлейді. Замана оны илейді» деген терең мазмұнды сөзі негізге алынған. Журналист тақырыпқа ақынның осы ойлы тіркесін тірек ете отырып, қоғам мен уақыт ықпалын сипаттауға тырысады. Сөздің астарында адам мен заман арасындағы күрделі байланыс пен бейімделу үдерісі жатыр.

«Әркімді заман сүйремек,  
Заманды қай жан билемек?  
Заманға жаман күйлемек,  
Замана оны илемек» [176]

«Тоты құс түсті көбелек» өлеңінде сөз болатын негізгі тақырып – рухани тәрбие мен адами құндылықтар мәселесі.

Бұл мақалада автор елдің өткен кезеңі мен қазіргі жағдайын шолып өтіп, жастарды Жаңа Қазақстанды қалыптастыру жолында белсенді болуға үндейді. Ол жас ұрпақты елге қызмет етуге, білімге ұмтылуға, адал еңбек етуге шақырады. Мәтінде көптеген танымал тұлғалардың қанатты сөздері келтіріліп, сол арқылы журналист өз көзқарасын тереңірек жеткізеді. Прецедентті мәтіндер автордың идеясын нақтылап, мазмұнға салмақ береді. Жазба орыс

генералы Броневскийдің «Соты жоқ, прокуроры жоқ, қонақ үйі жоқ, қарттар үйі жоқ, түрмесі жоқ, әскері жоқ, жетімдер үйі жоқ, көшеде қол жайған қайыршысы жоқ, жетім-жесірін жылатпаған дана халықпен танысқанымна қуаныштымын. Олар салт-дәстүрін тілін, дінін, ділін, мәдениетін баз қалпында сақтаған, бір таңға өлең айтатын, екінің бірі суырып салма ақын, сауыққой, өнерпаз, рухы биік халық. Ру басшылары мен билері көзі ашық, көкіректері ояу, сөзге шешен, көреген, елді соңынан ерте алатын, рухани бай адамдар» (ЖА., 28.06.22) деген сөздерінен басталады. Мақалада автор алдымен XIX ғасырдағы орыс генералы Броневскийдің тұлғалық бейнесін сипаттап, сол арқылы белгілі бір көзқарас қалыптастырады. Одан кейін Италияның көрнекті ойшылы Никколо Макиавеллидің халықтың еркіндікке деген қатынасы туралы тұжырымын келтіре отырып, ұзақ уақыт бодандықта болған ұлттың бойынан патриотизм мен еркін ойлау қабілетінің жоғалатынына назар аударады. Журналист бірде өз ұлтына деген сүйіспеншілігін мақтанышпен жеткізсе, бірде оның осалдығына күйінеді. Ол адам бойындағы жағымсыз қасиеттерге тоқталып, Пайғамбар хадисінен мысал келтіреді: Аллаға ең ұнамсыз адамдар – тәкәппар, дүниеқоңыз, атаққұмар, өзімшіл пенделер екенін айтады. Бұдан соң автор Абайдың халқының надандығына налуы мен болашақ білім мен парасат иелерінің қолында деген ойын, Бауыржан Момышұлының тәртіп пен елдік туралы қағидасын, Майқы бидің бірлікке үндеген нақылын, әл-Фарабидің болашақты рухани тәрбие арқылы қалыптастыру керектігі жайлы терең ойларын өз уәждеріне шебер кірістіреді. Ахмет Байтұрсынұлының ертенді ойлау – зиялының ісі екенін аңғартқан сөзі мен Мағжан Жұмабаевтың жастарға сенім білдірген өлең жолдары арқылы мақаланың түйінін жасайды. Журналист еліміздің келешегі жастардың қолында екенін, солардың ерік-жігеріне, білім мен тәрбиесіне арқа сүйеу керектігін шынайы жеткізеді.

Абай мұрасын терең зерттеп жүрген ғалым Омар Жәлелдің «Заман» атты мақаласы (ҚӘ., 14.05.2019) да осы тақырыпқа арналған. Онда автор Абайдың белгілі өлеңіне талдау жасай отырып, оқырманға мынадай сауал тастайды: «Заман адамға бағына ма, әлде адам заманға ма?» Осы сұрақты арқау еткен мақалада ол Шортанбай мен Дулат сынды ақындардың зар заман тақырыбындағы туындыларына тоқталып, Абай өмір сүрген тарихи кезеңнің ерекшеліктерін де тілге тиек етеді де мәтін соңын «Не дейміз, толғағы жеңіл болсын, қазақ социумымын өгіздей өрге сүйрейтін Жақсылар заманы тезірек келсін деп тілейік, ағайын!» (ҚӘ., 14.05.2019) деген ойларымен аяқтайды.

Жоғарыдағы қазақ тілді мәтінде прецедентті феномен – Абайдың «Адамды заман билейді, замана оны илейді» деген сөзі дедік. Осы мағынада айтылған цитаталарды орыс тілінен іздеп көрдік. Онда керісінше, адам заманды билейді деген ұғым қалыптасқан. Мысалы, <https://vestnik-lesnoy.ru/chitajushhijchelovekpraviv-mirom/> сайтында жарияланған «Читающий человек правит миром!» атты мақала («Вестник», 08.10.18) жас ұрпақты кітап оқуға ынталандыру мақсатында жазылған. Материалдың атауы танымал тұлғалардың ойларымен үндес келеді: Уинстон Черчилльдің «Кто владеет информацией, тот владеет миром» немесе Наполеон Бонапарттың «Воображение правит миром»

деген қанатты сөздерімен мағыналас. Ал осыған ұқсас мазмұндағы мақала Forbes журналында да жарық көрген – «He Who Rules The Data, Rules The World: A Brief History Of Data Governance» [<https://www.forbes.com>] («Кім ақпаратты меңгерсе, сол әлемді билейді: деректерді басқару тарихынан қысқаша шолу», деген тақырыппен ұсынылған. Автор мәтін бойында «Data rules the world, but who rules the data? The companies that collect it? The servers that store it? The cables and satellites that transmit it? Or the laws that keep it flowing into the right hands – and away from the wrong ones?» [<https://www.forbes.com>.] («Деректер әлемді билейді, бірақ деректерді кім билейді? Оны жинайтын компаниялар ма? Оны сақтайтын серверлер ме? Оны жеткізетін кабельдер мен жер серіктері ме? Әлде оны дұрыс адамдарға жеткізіп, бұрыс адамдардан қорғап тұратын заңдар ма?») деген сұрақтарға жауап іздейді. Сол сияқты адам танымында «Любовь правит миром», «Деньги правят миром» сынды цитаталар да бар. Мұндай қанатты сөздерге жүгіну (белгілі философ, жазушы, ақындардың ойлары) – оқырманның, журналистің аялық білімдері мен білімдік қабілеттерінің белсенділігін қажет ететіндіктен, адамның ой-өрісінің, парасатының мәдениетін көрсетіп, әрқашан әдеби және образды сөйлеудің құралы болып табылады.

Журналистер прецедентті мәтін ретінде көбінесе халық арасында кеңінен танылған мақал-мәтелдерді, афоризмдерді қолданады. Себебі оларда сөйлеу тілін байытатын халық даналығы жатыр. Автор танымал мақалдарды өзгеріске енгізе отырып, оқырманның хабардар болғанын есепке алады, себебі оларды тану, түсіну еш қиындық тудырмайды және жадыда оңай, тез қайта қалыпқа келеді. Сондай қазақ және орыс халқының санасында сақталған, тарихи құндылығын жоймайтын қанатты сөздің бірі – «Әйел-ана бір қолымен бала тербетсе, бір қолымен әлемді тербетеді» (ЕҚ., 06.03.20). Журналист Н. Самарқанның «Іргелі істің басындағы іскер әйелдер» деген атаумен Егемен Қазақстан газетіне мақаласы жарық көрді. «*Әйел – бір қолымен бесікті тербетсе, екінші қолымен әлемді тербетеді*» деген жақсы сөз бар. Мұның астарында *әйел адамның кез келген ауқымды істерге араласа алатынын, үлкен нәтижелерге қол жеткізе алатынын аңғартатын мағына жатыр. Өйткені қоғамның түрлі салаларындағы жетістіктерде әйелдердің үлесі бар екені ақиқат*» (ЕҚ., 06.03.20) деп басталатын мәтінде үй шаруасымен де айналысып, кәсіптерін де дөңгелетіп отырған батыр аналар туралы айтылады. Бұл прецедентті айтылыммен жазылған газет мәтіндері өте көп. Мысалы, Шығыс әйелдерінің образын жоғары деңгейде көрсете білген «Әлемді тербеткен әйел», ел билеген әйел президенттерге шолу жасаған саясаткер Ж. Дәулетқызының «Бір қолымен бесікті, екінші қолымен әлемді тербеткен» әйелдер» сияқты мақалалары әйел, ана ұғымдарының қасиеті мен қадірін одан әрі еске түсіреді.

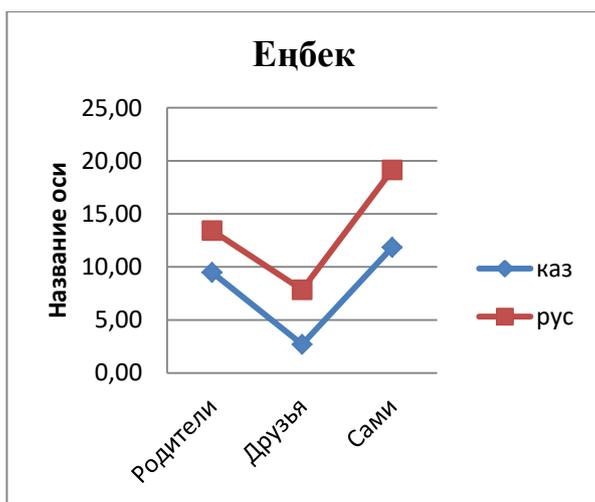
Шотланд халқының ұлттық батыры Уильям Уоллеске тиесілі «Рука, качающая колыбель, правит миром» деген қанатты тіркесі – ананың қоғамдағы рөліне деген терең құрметтің айғағы. Бұл ой мазмұны жағынан шығыс елдеріндегі әйел-ана туралы айтылған нақылдарға жақын әрі үндес. Қай елдің мәдениетіне үнілсек те, ананың орны мен қадірі ерекше екенін байқаймыз.

Мысалы, Cambridge сөздігінде келтірілген ағылшын тіліндегі «The hand that rocks the cradle is the hand that rules the world» (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>) (яғни, «Бесікті тербеткен қол – әлемді билейді») деген тіркес те осы мәнге саяды. Бұл мақал арқылы бала өміріндегі ана тәрбиесінің маңызы айтылған. Ана сәбиінің жеке тұлға болып қалыптасуына, мықты мінезінің орнығуына әсер етеді. Сол арқылы қоғамға жаңа ұрпақ өкілін қалыптастырып, оны әлеуметтік ортаға бейімдейді. Шын мәнісінде ақын У. Уоллес өлеңінде өте маңызды ой айтып кеткен. Орыс тілінде де сол ойды жеткізу үшін баспасөз беттерінде шыққан мақалалар жетерлік. <https://valozhin.by> сайтында «Миром правит рука, качающая колыбель» деген атаумен мақала жарық көрді. Автор бұл жерде инверсия тәсілін қолдана отырып, мәтіннің мәнін айшықтай түседі. Материалда жеті баланың анасы, медицина саласының маманы әрі қоғамдық өмірге белсене араласатын Анна Линкевичтің еңбегі мен өмір жолы баяндалады. *«Главная роль в жизни женщины – роль матери. В ней она может максимально реализовать свой потенциал, заложенный от природы, любит и быть любимой. Кажется, что с рождением ребенка она удваивает свои способности, таланты и энергичность. Обретает огромную силу, которая помогает справляться с самыми сложными ситуациями. Она становится подобна бриллианту, сверкающему бесчисленным количеством граней»* [173, б.176]. Үзіндіге зер салсақ, жаны нәзік әйелдер қауымының мықты, төзімді, жан-жақты тұлға екеніне көз жеткіземіз. Тарихта прецедентті есімге айналған «темір әйел» атанған Маргарет Тэтчер, Жанна Дар'к, Томирис, Әлия мен Мәншүк, Анна Каренина сияқты әлемді билеген әйелдер өте көп. Біз талдаған «Бір қолымен бесікті, екінші қолымен әлемді тербеткен әйелдер» қанатты сөзі осы жандарға арналған.

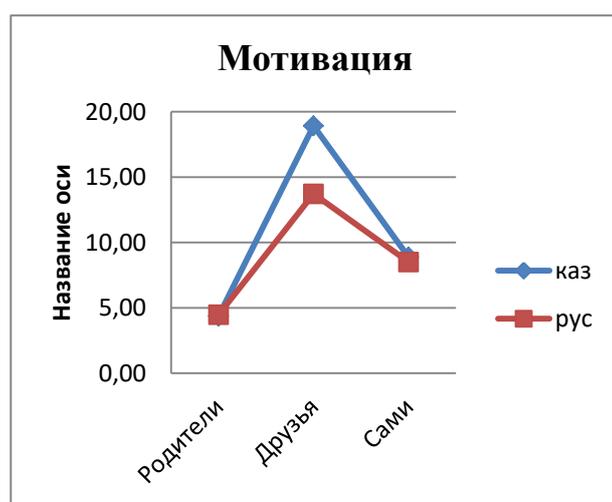
Газет мәтіндерінде қолданылатын мақал-мәтелдер мен нақыл сөздер – ұлттың болмысын, дүниетанымын және тұрмыс-салтын айқын бейнелейтін прецедентті айтылымдардың жарқын көрінісі болып табылады. Бұл мәтіндер әрқашан да белгілі бір ұлттық мәдени кодты өз бойында сақтай отырып, ұлттық жадтың және тарихи тәжірибенің тілдік репрезентациясы ретінде қызмет етеді. Сондай-ақ ұлт әртүрлі болса да, дүниетанымдық құндылықтардың ортақ екеніне көзіміз тағы бір мәрте жетіп отыр. Мәдени кодтар әртүрлі сөздермен, сөйлемдермен берілгенімен, мағыналық өзегі бір болады. Мұндай прецедентті айтылымдарда өмір тәжірибесінен алынған халық даналығы сақталған және бұл айтылымдар әртүрлі тілдердің арасындағы мәдени интертекстуалды көпір іспеттес, әрқашан соның қызметін атқарады.

Жоғарыда қазақ, орыс және ағылшын ұлтына тән прецедентті айтылымдарды қарастырдық. Қазіргі таңда осы құбылыстың қаншалықты қолданыста жүргенін анықтау мақсатында жастар тілін зерттедік. Қазақ және орыс тобында оқитын студенттер арасында сауалнама жүргіздік. Берілген жауаптарын өңдеу үшін Python тілінде бағдарлама құрдық. Соның нәтижесінде статистикалық талдау жасалды. Түсінікті болу үшін нәтижелері график арқылы құрылды.

Жастарға өздері күнделікте өмірде қолданатын мақал-мәтелдер, жанындағы достары қолданатын мақал-мәтелдер және ата-анасы жиі айтатын мақал-мәтелдер жазуды ұсындық. Сауалнамаға жалпы 18-21 жас аралығындағы 234 респондент қатысты. Жауаптары әртүрлі болды. Берген жауаптары бойынша прецедентті айтылымдарды 9 мағыналық топқа бөлдік. Олар *тәрбие, білім, отбасы, дос, еңбек, денсаулық, бата сөздер, мотивация және басқа жауаптар*. Одан соң осы категория бойынша қазақ және орыс аудиториясының жауаптарын салыстыра отырып, статистика жасадық. Байқағанымыздай, орыс тобында да, қазақ тобында да еңбек, мотивация категориясы шамалас деңгейде қолданылады екен. Еңбек туралы мақалды көбінесе достары, ата-анасы емес, жастардың өздері жиі қолданады. Орыс тобы жастарының жауабы – 20%, қазақ тобы жастарының жауабы -13% көрсетті. Ал мотивация категориясында жоғарыдағы пайыздардың орыны ауысып тұр. Қазақ тобында - 20%, орыс тобында - 14%. Ал мотивацияны 3 ортаның (ата-аналары, достары, жастардың өздері) арасында достардың жиі айтатынын көреміз. Бұл арқылы қазіргі жастардың түсінігін, ақпаратты беру, жеткізу тәсілін көре аламыз. Сауалнама 18-21 жастағы студенттерден алынғандықтан, осы уақытта оларға қастарындағы достарының ықпалының көбірек әсер ететіні көрініп тұр. Құрылған график мынадай (6,7-сурет):

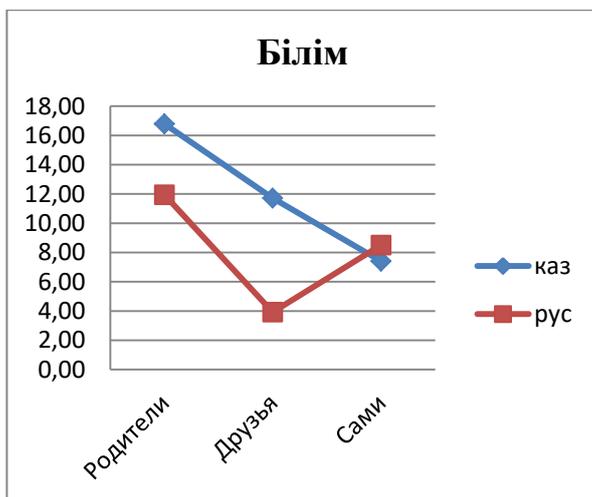


Сурет 6 - Сауалнама нәтижесі

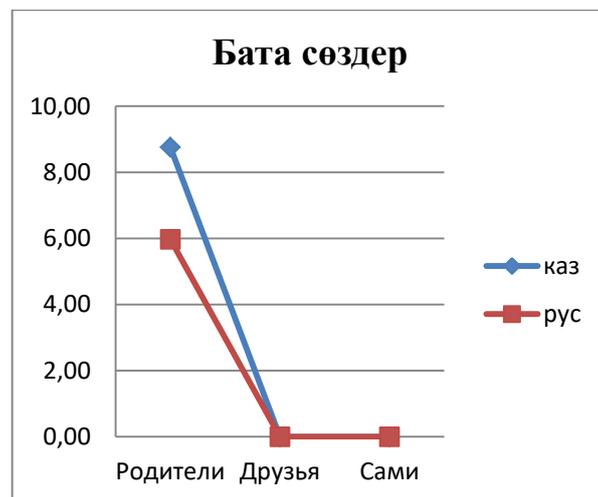


Сурет 7 - Сауалнама нәтижесі

Кейінгі бата сөздер және білім категориясын саралау барысында ата-ананың ерекше рөлін көруге болады. Ата-аналар білімнің маңызын жастарға мақал-мәтелмен үнемі еске салып отырады екен. Ақыл ретінде, тілек білдіру үшін бата сөздерді де жиі айтады. Әсіресе қазақ ұлты үшін бата сөздердің алатын орны ерекше. Оны біз 9, 3% құрап тұрған көрсеткіштен көреміз (8,9-сурет). Бұл категорияны балаға ата-ана тарапынан жиі айтылатын, аударуда қиындық тудыратын прецедентті айтылым десек болады.



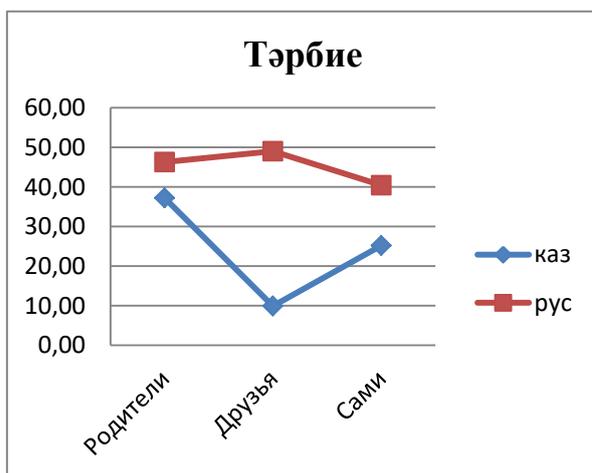
Сурет 8 - Сауалнама нәтижесі



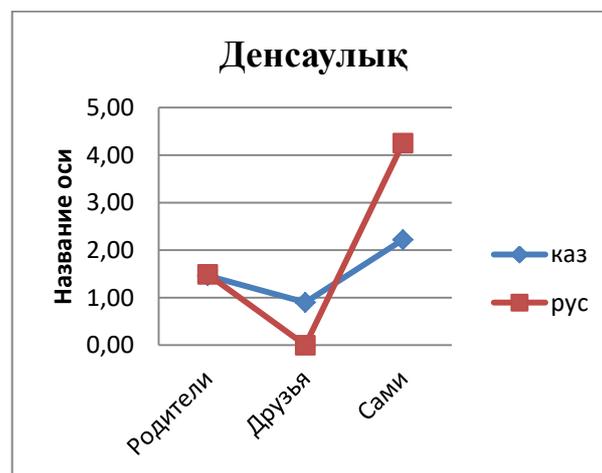
Сурет 9 - Сауалнама нәтижесі

Бұл жауаптардың ішінде тәрбие категориясы бойынша байқалған бір ерекшелік болды. Қазақ тобында тәрбие жөнінде мақалдарды пайдаланатын ата-аналардың үлесі – 39% болды. Ал орыс тобында тәрбие туралы ата-ана емес, достардың айтатын прецедентті айтылымы жоғары болды, 49% құрады.

Ал соңғы денсаулық категориясының қолданыс жиілігіне талдау жасау барысында бұл көрсеткіштің орыс тілді топта едәуір жоғары деңгейде байқалатынын анықтауға болады: қазақ тілді топта ол 21%-ды құраса, орыс тілді топта бұл үлес айтарлықтай артып, 43%-ға жеткен. Мұны орыс халқының денсаулыққа көбірек мән беретін ұлттық менталитетімен түсіндіре аламыз. График төмендегіше құрылды (10,11 - сурет).



Сурет 10 - Сауалнама нәтижесі



Сурет 11 - Сауалнама нәтижесі

Сауалнама нәтижесі бойынша бас-аяғы 111 прецедентті айтылым жинастырылды, студенттердің жауаптары арқылы олардың ұлттық деңгейдегі көрінісі анықталды. Қазақ және орыс тобынның жауаптарында қайталанған прецедентті айтылымдарды кездестірдік. Тіпті екі топтың өзінде бірдей

кездесетін прецедентті феномендер де болды. Мысалы, «*Оқы, оқы және оқы*»; «*Семь раз отмерь, один раз отрежь*»; «*Не имей 100 рублей а имей 100 друзей*» т.б. Бұл екі ұлттың көп жылдар бойы бірге өмір сүріп, ұлттық ерекшеліктердің, мәдениеттің етене таныс болғанын көрсетеді.

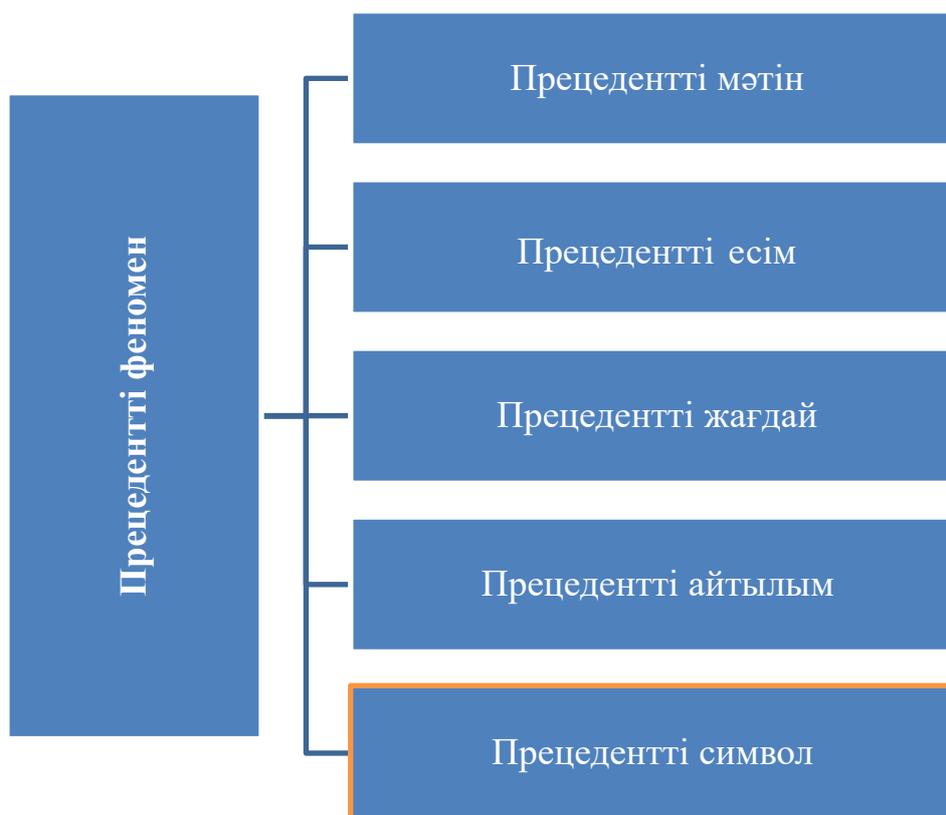
Сонымен түрлі тарихи дәуірлерде дүниеге келген ән жолдары, мақал-мәтелдер, афоризмдер мен сентенциялар, сондай-ақ ақын-жазушылардың шығармаларынан алынған үзінділер – барлығы прецедентті феномендер қатарын толықтырады. Журналист өз мақаласының атауын айшықтау үшін осындай танымал тілдік құрылымдарға жиі жүгінеді: кей жағдайда олардың бастапқы пішінін сақтаса, кейде мазмұнын өзгертіп, жаңаша мән береді.

Публицистикалық мәтіндерде прецедентті феномендердің тақырып ретінде жиі қолданылуы кездейсоқ емес. Журналист мақаласына атау таңдағанда, оқырманның есінде тез сақталатын, оңай қабылданатын, алғашқы оқығанда-ақ ой салатын әрі қызығушылық тудыратын тіркесті пайдалануға тырысады. Мұндай әсерге қол жеткізудің ең тиімді жолы – көпшілікке таныс, мағынасы терең прецедентті мәтіндерді қолдану болып табылады. Прецедентті феномендерге негізделген тақырыпаттар халық жадында орныққан танымал мәтіндерге, оқиғаларға, есімдерге немесе белгілі бір ситуацияларға сілтеме жасау арқылы оқырманның мәдени ассоциацияларын туғызады. Мұндай тақырыпаттар, бір жағынан, оқырманға мәтіннің негізгі мазмұнын тез меңгеруге мүмкіндік берсе, екінші жағынан, олар оқырманның танымдық және эмоциялық қызығушылығын бірден оятады. Нәтижесінде прецедентті мәтіндерге сүйену мәтіннің назар аударту және есте сақтау функцияларын тиімді жүзеге асыруға көмектеседі. Психолингвистикалық зерттеулер көрсеткендей, қазіргі заманғы оқырмандардың шамамен 80%-ы газет немесе интернет беттерінде ұсынылған материалдарды толық оқымай, ең алдымен тақырыпатқа назар аударады және дәл сол тақырыпаттың қызығушылық тудыру деңгейіне қарай әрі қарай мәтінді оқу, оқымау туралы шешім қабылдайды. Осы деректерге сүйене отырып, журналистикада мәтін тақырыбының құрылымы мен мазмұнына қойылатын талаптар ерекше маңызға ие болады.

#### **2.4 Прецедентті символдың семантикалық және прагматикалық аспектілері**

Қазіргі күнге дейін зерттеушілер И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Гудков, Д. В. Багаева, А. Д. Васильев сынды ғалымдардың тұжырымдамаларын басшылыққа ала отырып, прецедентті феномендерді құрылымдық-семантикалық жағынан прецедентті мәтін, прецедентті есім, прецедентті жағдай және прецедентті айтылым деп 4 топқа бөліп жіктеп жүр. Бұл прецедентті феномендер тілдік және мәдени коммуникацияда күрделі семантикалық табиғатымен ерекшеленеді. Олардың құрылымы тек бастапқы денотативтік мағынаны ғана емес, сонымен бірге коннотативтік, прагматикалық, интертекстуалды және символикалық кең ауқымды қосымша мағыналық қабаттарды қамтиды. Осыған дейінгі тарауларда алғашқы төрт

деңгейге басымдық беріліп, олардың қызметтері талданды. Ендігі кезекте назарды прецедентті феномендердің ең терең әрі универсалды деңгейі символикалық қабатқа аудармақпыз. Символикалық қабат прецедентті феноменнің ерекше мәдени мәнге айналуымен сипатталады. Белгілі бір прецедентті мәтін, айтылым, есім немесе жағдай уақыт өте келе бастапқы прагматикалық және интертекстуалды байланыстардан жоғары көтеріліп, дербес мәдени символ мәртебесіне ие болады. Бұл процесс прецедентті феноменнің ұжымдық мәдени жадта тұрақты орын алуымен және ұрпақтан-ұрпаққа мәдени-кодтық бірлік ретінде берілуімен түсіндіріледі. Осы ерекшелікті сипаттау үшін біз «прецедентті символ» деген арнайы терминді ұсынбақшымыз. Сызба түрінде көрсетсек (12 сурет):



Сурет 12 - Прецедентті феномендердің түрлері

Прецедентті феномендердің символдық сипаты жайлы бүгінге дейін де Захаренко, Карауловтар айтып кеткен болатын. Ю. Н. Караулов прецедентті мәтінге сілтеме жасаудың автордың аты, шығарманың атауы, кейіпкердің есімі және мәтіннен алынған цитата деген төрт негізгі түрін бөліп көрсетеді. Бұл элементтердің барлығын прецедентті мәтіннің символдары ретінде қарастырады. Ғалым прецедентті мәтіннің символын белгілі бір үлгіде рәсімделген, адресаттың санасында тиісті мәтінді және онымен байланысты коннотациялық мағыналарды қайта жаңғыртуға мүмкіндік беретін тілдік бірлік ретінде қарастырады [149]. Ғалым И. В. Захаренко прецедентті есім мен прецедентті айтылымды прецедентті феномендердің символы деп қарастырды.

Өзінің жазған мақаласында Тарас Бульба, Христофер Колум, Чернобыль сияқты прецедентті есімдердің символдық мәніне тоқталды да, прецедентті феноменнің символын үш семантикалық, когнитивтік, функционалдық аспекте қарау керек екенін айтады.

Прецедентті символ ұғымы прецедентті феноменнің тілдік немесе мәтіндік құрылымынан гөрі оның мәдени-символикалық, бейнелік деңгейдегі қызметіне назар аударады. Прецедентті мәтінге көпшілікке танылған әдеби шығармалар, кино туындылары, ән, діни, саяси мәтіндер, жарнама үзінділері жатады, прецедентті айтылымда ұлттық танымды бейнелейтін мақал-мәтелдер, афоризмдер, прецедентті жағдайда баршаға белгілі тарихи немесе әлеуметтік оқиғалар көрініс табады, прецедентті есімдерге атақты тұлғалардың аттары арқау болады, ал тарихи болған оқиғалардан туындайтын тұрақты мәдени белгілерді прецедентті символ деп алуды жөн көрдік. Мысалы, Асан Қайғы, Құлагер, Хатико сияқты бейнелер тарихи контекст аясында пайда болып, уақыт өте келе олар ұжымдық мәдениет пен сананың тұтас символына айналды. Басқаша айтқанда, егер прецедентті мәтіндер, айтылымдар, есімдер мен жағдаяттар белгілі бір прагматикалық, интертекстуалды және танымдық деңгейде қолданыста болса, прецедентті символдар мәдени кеңістікте тереңірек деңгейде, архаикалық-мәдени жады шеңберінде жұмыс істейді, «бұдан да маңыздысы символ олар ауқымды әрі маңызды мәтіндерді ықшам күйде жеткізе алады. Өзіндік толық мәтін ретінде әрекет ете отырып өзінің мағыналық және құрылымдық дербестігін сақтайды. Ол семиотикалық ортасынан оңай ажыратылады әрі жаңа мәтіндік ортаға оңай енеді» [177]. Прецедентті символ ұғымы бізге прецедентті феномендердің семантикалық эволюциясын, олардың қарапайым тілдік белгіден мәдени-танымдық күрделі символға айналу процесін ғылыми тұрғыда түсіндіруге мүмкіндік береді.

Алдымен дәстүрлі символға тоқталайық. Мысалы, аққу – махаббаттың, адалдықтың символы. Бірақ ол бірден символ болған жоқ, алдымен прецедентті мәтін құрамындағы ұғым болды, одан соң символ деңгейіне көтерілді. Қазіргі күні:

1) Аққу – мифтік образ.

Аққу образы әртүрлі халықтың мифологиясында құдайлармен және киелі бейнелермен тығыз байланысты, Зевс аққу кейпіне еніп, Ледаға (Тиндарей деген ханның жары) келеді [178].

2) Аққу – тотемдік бейне.

Тотем – ежелгі адамдардың табиғатпен байланысын бейнелейтін, белгілі бір жануарға (немесе өсімдікке, құбылысқа) қасиетті күш беріп, рудың шыққан тегі мен қорғаны ретінде қабылданатын мифологиялық ұғым. Кей фольклорда адам мен құс арасындағы сюжеттік байланыс айтылады, өзен жағасындағы батырды құтқарған аққудың сұлу әйелге айналуы, олардың бақытты болып, ұрпақ таратуы сияқты мотивтер орын алады. Бурят, якуттарда аққу қыз бен шаманның некесінен таралған ру туралы аңыздар бар. «Түркі қағанатының құрамында аққу тайпасының тууына негіз болған. Бұны Ә. Марғұланның

«Мүмкін, тарихи заманда аққу түркі тайпаларының бір тотемі болуға тиіс» деген ойы қуаттай түседі» [160, б.108.]

3) Аққу – сакралды мәтін. Қазақ халық ауыз әдебиетінде «Аққу – киелі құс» деген символдық мәнді көп көреміз. «Аққу – қазақ қоғамында киелі саналатын құс. Аққудың байырғы түркі халықтарында тотемдік мәні болған. Аққуды киелі құс ретінде қазақтар ежелден қастерлеп, «құс төресіне» оқ атпаған». Оны атқан адамды оның киесі ұрады деп есептеген» [179]. С. Сейфуллиннің «Аққудың айырылуы», М. Мақатаевтың «Аққулар ұйықтағанда» поэмаларында да аққудың осы бейнесі суреттеледі, сол сияқты аққу – махаббат символы деген идея қоса көрінеді.

4) Аққу – махаббат символы. Тек жұбымен өмір сүретін аққу құсы шын ғашықтықтың, адал махаббаттың куәсі ретінде танылған. К. Салықовтың «Есілге қонды аққулар» өлеңінен үзінді келтіре кетсек:

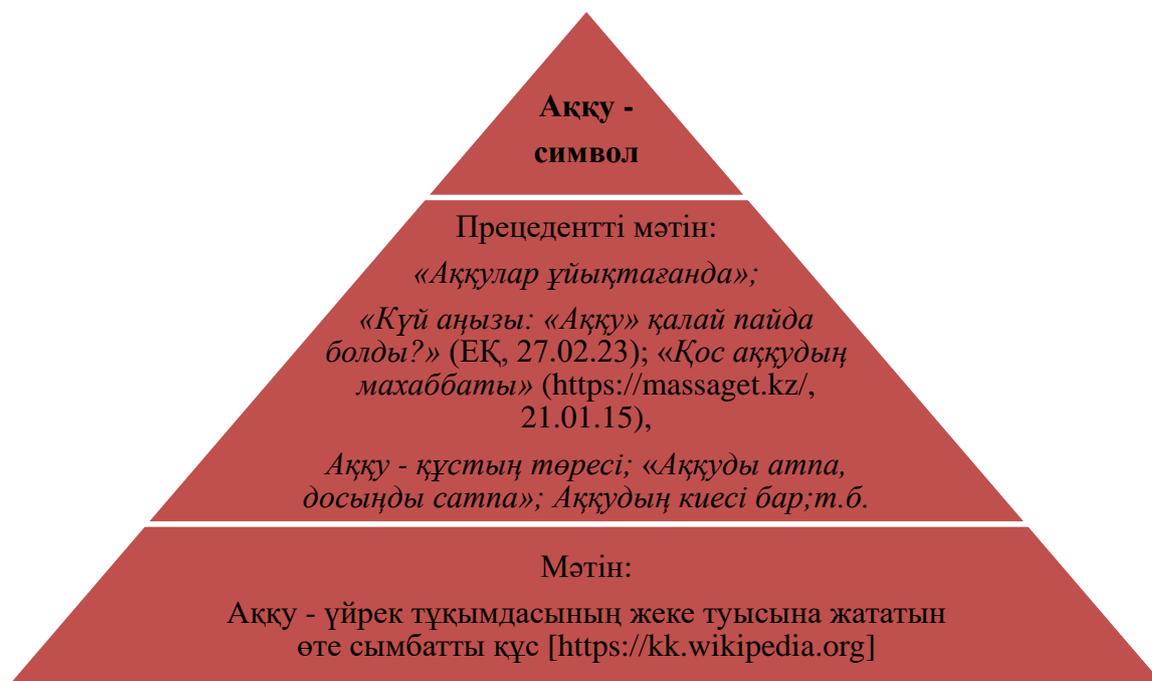
Сұлу ән еркін төгілді,  
Тулады жүрек бір демде.  
Ажарың көзге көрінді  
Аққуды аққу сүйгенде.  
Қарағай, қайың желпінді,  
Құстарға қарап анталап.  
Биледі менің еркімді  
Жер-көкке қонған махаббат [180].

5) Аққу – сұлулықтың, тазалықтың, тектіліктің символы. Халқымызда әдемі қызды аққуға теңеген. Бұл құстың атымен берілетін тұрақты тіркестер, теңеулер мен мақал-мәтелдер, нақыл сөздер жетерлік: Аққудай ару, сүйріктей аққу мойын, аққудай сылану, аққудай тізілу, аққудың мамығындай, аққу құстың әуезіндей, аққу – шалшықтан шықса да аппақ, аққудай қатар жүзген, аққудай арман, қос аққудай, «Аққудай көркем, аққудай үлбіреген сұңғақ мойын» (С. Торайғыров), «Махаббат бір аққу құс емес пе: өзі де сәнді, әні де сәнді. Дүниеде аққудан әдемі құс бар ма? Сондай-ақ махаббаттан әдемі, одан қымбат адамға сезім бар ма?» (І. Есенберлин), «Айдынның ерке сұлу аққуындай» (Қ. Аманжолов) т.б. Мұндай мәтіндер саны өте көп.

6) Аққу – қолөнерде, поэзияда, суретте, музыкадағы тұрақты символ. Мұны Қорқыттың, Ықыластың, Н. Тілендиевтің шығармаларынан көреміз.

7) Аққу – өлім мен қайта тірілудің символы. Мысалы, орыс мәдениетінде «Лебединая песня» тіркесі бар, әдебиетте, өнерде тіпті саясатта қолданылады. Мағынасы – адамның (ақынның, жазушының, өнер тұлғасының) соңғы ісі мен сөзі, шығармашылық нәтижесі, рухани шарықтау шегі. Ақын не жазушы өлгенмен, оның туындысы қайта тіріледі. «Бұл тіркес «шеберліктің соңғы көрінісі» мағынасында қолданылады. Ол ежелгі заманнан келе жатқан нанымға негізделген – аққулар өлмес бұрын әңгімелейді дегенді білдіреді. Мысалы, Эзоптың (б.з.д. VI ғ.) мысалдарының бірінде былай делінген: «Аққулар өлер алдында ән салады» [181]

Жоғарыда айтылған пікірлерімізді сызбамен келтірсек (сурет 13):



Сурет 13 - «Аққу» дәстүрлі символының құрылымдық қабаты

А.Р. Абдуллиннің пайымдауынша, «символ – мәдениеттің негізінде жатқан тірек. Символ – кездейсоқ немесе ерікті таңба емес, ол терең мағыналарды бойына сіңірген, белгілі бір халықтың дүниетанымы, құндылықтары мен архетиптік ұғымдарын сақтайтын және жеткізетін мәдени рәміз» [182]. Ғалымның пікірі семиотикалық таңбаға қатысты болса да, символ да халықтың дүниетанымын, көзқарасын, құндылықтарын сақтайтын бейне болып қалады. Мысалы түркі халықтарына ортақ Самұрық құс мифологиялық бейнесі терең мағынаға ие. Алдымен самұрық құс мәңгілік өмір, рухани қайта жаңғыру, қасиетті қорғаушы күштің символы ретінде көрініс табады. «Википедия» ашық энциклопедиясында мынадай түсініктеме берілген: «Самұрық – қазақ мифологиясындағы екі дүние арасындағы дәнекер болатын, қыран тәрізді алып құс. Самұрық құсы әлемдік ағаштың шыңында тұрады. Аңыз бойынша Самұрық өлгенімен, қайта тіріле алады. Өлгенде де, тірілгенде де от болып жанады. Самұрық құсы адамша сөйлесіп, аңыздың негізгі кейіпкеріне өз рахметін айтады. Ұшқанда күннің бетін көлегейлей ынтымаққа бастайтын алып құс; қуаныштан шаттанып күлгенде аузынан будақ-будақ төгіліп аппақ гүлдер түсетін ғажайып құс; мұңая тұрып жылағанда жасаураған көзінен мөлдіреп моншақ-моншақ маржан төгілетін ғаламатқа бергісіз құс» (<https://kk.wikipedia.org/wiki>). Міне, самұрық құстың мәдени негізі мен тарихи бастауы мифтік аңызда жатыр. Зерттеуші Р. М. Ускенбева «Қазақ тіліндегі мифогемаларыдың этно-мәдени танымдық аспектісі» деген жұмысында С. Қондыбай, Л. Рүстемов, М. Жұрай сияқты ғалымдардың зерттеулеріне тоқтала келіп, қазіргі күнгі Самұрықтың Астананың архитектурасында көрініс табатынын, қазақстандықтардың болашаққа деген талпынысын, ұмтылысын танытатынын айта келіп, «Осындай мифтік танымның негізінде қазіргі тілдік

қолданыста Самұрық жақсылықтың, байлықтың нышаны ретінде сипатталады. Яғни Самұрық – қазына ұғымына жетіп жатыр. Ұлттық санада, қазіргі қолданыста аталған мифологеманың символдық мәнге дейін көтерілуіне, әрине, көне заманнан келе жатқан мифтік таным негіз болып отыр деп айта аламыз» [183] деген пікір айтады. Самұрық құс «Ер Төстік» ертегісінде батырдың жерасты әлемінен жер бетіне алып шығарған құтқарушы күш иесі ретінде сипатталады. Бұл символдың беткі мағынасы – қиял-ғажайып алып құс. Терең мағынасы – мәңгілік тіршілік, рухани көтерілу. Жүйелік мәні – түркілік танымдағы қайтадан жаңғыру, ұлттық болмыстың символы. «Самұрық құс» символының әрі қарайғы белгілерін кестемен көрсетсек (3-Кесте):

Кесте 4 - «Самұрық құс» символының сипаттамасы

Белгі	Сипаттама
1	2
Мәдени маңызы	Мифологиялық зооморфты кейіпкер. Самұрық – түркі және қазақ мифологиясындағы киелі, аспан мен жерді байланыстыратын ғарыштық құс. Ол – Жаратылыс ағашы саналатын Бәйтеректің басында отыратын, тіршілік бастауын қорғайтын, болмыс пен мәңгіліктің символы.
Танылу деңгейі	Жоғары.
Жалпы интерпретациясы	Жаратушы рух, қорғаушы күдірет, өмір мен өлім арасындағы көпір; рухани ояну мен қайта тірілудің нышаны.
Референттік сипаты	Самұрық нақты тірі құс емес, мифологиялық бейне, бірақ ол архаикалық дүниетанымдағы ғалам құрылымының бір элементіне (бәйтерек, күн, аспан) сілтеме жасайды.
Символдық мағынасы	Мәңгіліктің символы. Сол сияқты рухани биіктік, аспан мен жердің бірлігі, халықтың арманы мен үмітінің символы.
Қатысы бар оқиға	Жаратылыс туралы мифтер: Самұрық күн сайын Жаратылыс ағашына келіп, алтын жұмыртқа салады. Айдаһар (не қара күш) бұл жұмыртқаны жоймақ болады – жақсылық пен зұлымдықтың күресі бейнеленеді.

## 4-кестенің жалғасы

1	2
Қолданылуы	Аңыздарда, эпостарда, сәулетте (мысалы, Бәйтерек ескерткішінің самұрық ұясы). Публицистика жанрында: <i>Самұрық құстай созылып келе жатқан Ресей патшалығы...</i> ( <a href="https://bugin.kz/">https://bugin.kz/</a> , 30.11.18); <i>Яссауи ілімін ертегіде жоғалған Самұрық құстай боп қайта оралған Киеміз деп танып...</i> (ФБ, 01.12.24); <i>«Атам қазақ бұған дейін басынан небір нәубеттер мен зұлматтарды бастан кешті емес пе?! Отқа күйген қанатын қайта жайған Самұрық құстай қайта түлеп, тәні мен жанының жарасын жалап жазды емес пе?!»</i> (ҚҮ, 01.04.20)
Мәдени өзгерістері/ Уақыт бойынша эволюциясы	Ежелгі мифтік бейне қазіргі таңда ұлттық бірегейлік символына айналды. Самұрық – мемлекеттік рәміздік дискурстағы жиі қолданылатын концепт («Бәйтерек» монументі).
Семантикалық ассоциация	«Қайта туылу», «жаңа бастама», «қайта жаңғыру», Құс, аспан, алтын жұмыртқа, бәйтерек, күн, қорғау, рух, мәңгілік, киелілік, биіктік.
Сөз тіркестерінің үлгілері	Мәңгі өмір сүретін, ынтымаққа бастайтын сияқты тіркестермен үйлеседі. «Самұрық құсындай самғау», «Самұрық рухы», «Самұрықтың алтын жұмыртқасы», «Самұрық ұясы» сынды сөз тіркестері бар.
Интертекстуалды сілтемелер	Ертегі, мифтерде, аңыздарда, ақын поэзияларында кездеседі: Маздап едім, ошағында отын боп, Енді маған көк аспаннан жақын жоқ. Көзі соқыр самұрықтай самғадым, Қайта жерге оралуға қақым жоқ!.. (М. Мағауин)
Типі	Мифопоэтикалық символ, архетиптік образ.

Жоғарыда біз прецедентті символға бармас бұрын дәстүрлі символдарды талдап алдық. Акку, Самұрық құстың символдық мәнін аштық, соны дәлелдеуге тырыстық.

Психолог К. Юнг символдарды екі негізгі топқа бөледі:

- Табиғи символ. Бұлар санадан тыс, өздігінен пайда болатын символдар. Ұжымдық бейсанадан туындайтын, барлық халықтарға ортақ универсалды бейнелер. Мысалы, ана, батыр бейнелері, ағаш, су т.б. Мұндай символдар адам өзі толық түсінбейтін ішкі сезімдерден туындайтын бейсаналы психикалық процестердің көрінісі және олар архетиптік болып саналады.

- Мәдениет жасаған (жасанды) символдар. Бұлар тіл, өнер, дін, философия арқылы қалыптасқан, сана арқылы әдейі жасалған символдар. Мұндай символдардың мағынасы шартты және әр мәдениетте әрқалай көрінуі мүмкін. Мағыналары тұрақсыз, архетиптермен тікелей байланысты болмайды [184].

Ал біз қарастырып отырған прецедентті символ деген не, оның дәстүрлі символдардан қандай айырмашылығын байқаймыз, сол жайлы айтып өтсек. Прецедентті символ – бұл белгілі бір тарихи шындыққа, өмірде орын алған нақты оқиғаға негізделген, ұжымдық санада тұрақты мәдени-танымдық ассоциация қалыптастыратын және медиадискурста прагматикалық мақсатта жиі қолданылатын прецедентті феноменнің ерекше түрі. Бұл символ типі белгілі бір мәдени кодтың тасымалдаушысы ретінде қызмет етеді және өзінің семантикалық күрделілігімен, көпқабатты мағына беру қабілетімен ерекшеленеді. Дәстүрлі символ (Юнгтың жіктеу бойынша табиғи және мәдениет жасаған символдар, біз дәстүрлі деп бір сөзбен алдық) мифологиялық, архетиптік, уақытқа тәуелді емес бейне. Ұрпақтан-ұрпаққа жалғасып келе жатқан өзіндік мағынасы бар, универсалды мәнге ие. Бұл символ түрі әртүрлі мәдениетте бірдей не ұқсас түсінікте қабылданады. Көбінесе діни, философиялық, халықтық танымға негізделеді. Ал прецедентті символ нақты тарихи немесе мәдени оқиғаға, кейіпкерге байланысты туындайды, қоғамға кеңінен танылады. Белгілі бір мәтінге немесе мәдени дереккөзге сілтеме ретінде қолданылады, көбінесе эмоционалдық және прагматикалық мәнге ие болады. Тағы бір ерекшелігі прецедентті символдар контекстке тәуелді болады, яғни архетип сияқты ауқымды мән бермей, тек бір ғана оқиғаға негізделеді. Мысалы біз төменде талдайтын Хатико бейнесін фильмді көрмеген адам білмейтін де түсінбейтін де еді.

Біз жоғарыда белгілі бір прецедентті мәтін, айтылым, есім немесе жағдай уақыт өте келе бастапқы прагматикалық және интертекстуалды байланыстардан жоғары көтеріліп, дербес мәдени символ мәртебесіне ие болады дедік. Осы пікірімізді мысалдар келтіре отырып дәлелдеуге тырысайық. Мысалы әйгілі жапон иті Хатико – универсалды прецедентті символ ретінде қабылданатын мәдени феноменнің бірі. Болған оқиға негізінде туған бұл бейне адам мен жануар арасындағы шынайы достықты көрсете білген. Әлемдік мәдениетте адалдықтың символы ретінде танымал болды. Әрі қарай Хатиконың прецедентті символ ретіндегі сипаттамасын кестемен береміз (Кесте 5):

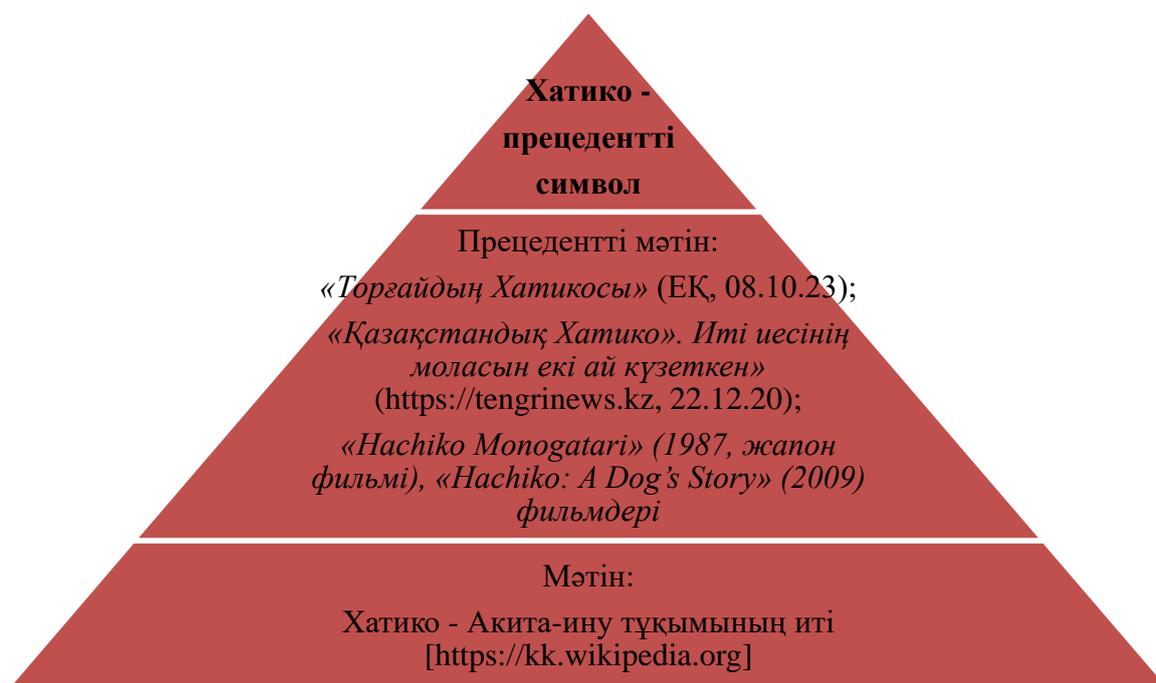
Кесте 5 - «Хатико» прецедентті символының сипаттамасы

Белгі	Сипаттама
Мәдени маңызы	Кино кейіпкері. Хатико – 1923-1935 жылдары Жапонияда өмір сүрген, шын оқиғаға негізделген, иесіне өмірінің соңына дейін адал болған иттің бейнесі.
Танылу деңгейі	Өте жоғары. Фильм арқылы әлемге танылды. Хатикоға арнайы ескерткіш орнатылды.
Жалпы интерпретациясы	Адам мен жануар арасындағы байланыс. Адалдық, сенім, достық, сатқындыққа қарсы тұру.
Референттік сипаты	Бұл бейне нақты тарихи оқиғаға негізделген. Сондықтан оның референттік сипаты өте айқын.
Символдық мағынасы	Мәңгілік адалдық пен зор үміттің, тұрақты махаббаттың символы.
Қатысы бар оқиға	1925 жылы иесі, профессор Уэно қайтыс болған соң Хатико 9 жыл бойы күнде вокзалға келіп қожайынын күтумен болады.
Қолданылуы	Фильмдерде, көркем әдебиетте, сәулет өнерінде, интернет-мемдерде, сондай-ақ тәрбиелік әңгіме ретінде мектептерде, қоғамдық орындарда және БАҚ-та кеңінен қолданылады. Мысалы, «Торғайдың Хатикосы» (ЕҚ, 08.10.23); «Қазақстандық Хатико». <i>Иті иесінің моласын екі ай күзеткен</i> » ( <a href="https://tengrinews.kz">https://tengrinews.kz</a> , 22.12.20); « <i>Иесін 7 жыл күткен Хатико-мысық өлді</i> » ( <a href="https://taulik.kz">https://taulik.kz</a> , 8.04.25); « <i>Алла дәрежесін көтерген адам және Хатико</i> » ( <a href="https://www.muftyat.kz">https://www.muftyat.kz</a> , 14.03.17); « <i>Шымкенттік Хатико</i> » иесін аялдамада күтіп жүр» ( <a href="https://kaz.365info.kz">https://kaz.365info.kz</a> , 6.11.17) т.б.
Мәдени өзгерістері/ Уақыт бойынша эволюциясы	Бастапқыда Хатико тек Жапония үшін ғана ұлттық бейне болды, қазіргі күні универсалды символ. Кейде Хатиконың бейнесін мем, жарнама сюжеттері, психологиялық символика ретінде де

5-кестенің жалғасы

1	2
	қолданады.
Семантикалық ассоциация	Адалдық, үміт, сенім, иесіне беріктік, жалғыздық, трагедия.
Сөз тіркестерінің үлгілері	Хатиконың адалдығы, Хатико сияқты күтіп отыру;
Интертекстуалды сілтемелер	«Hachiko Monogatari» (1987, жапон фильмі), «Hachiko: A Dog's Story» (2009) фильмдері, интернет-мемдер, мәдениет, әдеби публицистика, эмоционалды тәрбиелік әңгімелер;
Типі	Прецедентті есім →прецедентті мәтін →прецедентті символ (кешенді феномен).

Жоғарыдағы кесте арқылы «Хатико» прецедентті символының сипатын, соның ішінде мәдени маңызын, символдық мағынасын, семантикалық ассоциациясын, типін анықтадық. Келесі суретте «Хатико» прецедентті символының құрылымдық қабатын көрсеттік (Сурет 14):



Сурет 14 - «Хатико» прецедентті символының құрылымдық қабаты

«Символ – әрқашан белгіден «үлкенірек» ұғымды білдіреді; ол өзінің мазмұнының сарқылмас көпмағыналылығымен ерекшеленеді. Символ – бұл

күнделікті өмірде белгілі болуы мүмкін термин, атау немесе бейне, алайда олардың кәдімгі мағынасынан бөлек ерекше қосымша мәнге ие.

Сөз немесе бейне символдық сипатқа ие болады, егер олар өздерінің айқын және тікелей мағынасынан артық мағына-мазмұнды меңзейтін болса» [171, б.87] дейді ғалым Захаренко. Осындай белгіден үлкен ұғымды білдіретін, кәдімгі мағынадан басқа қосымша мәні, символдық сипаты бар «Құлагер» де қазақ ұлтының санасында берік орныққан мәдени-тарихи бейне.

- «Құлагердің» прецеденттік негізі:

І. Жансүгіровтің дастаны негізінде танылған «Құлагер» – нақты тарихи оқиғаға құрылған прецедентті есім.

- «Құлагердің» мағыналық қабаттары:

Денотативтік қабат – бәйгеде жүйріктігімен аты шыққан тұлпар;

Коннотативтік қабат – әділетсіздік, ерліктің жаншылуы;

Прагматикалық қабат – қайғы мен қасіретті, күйінішті сипаттайтын ұлттық-мәдени көрініс;

Когнитивтік қабат – ұжымдық санада әділетсіздіктің құрбаны болған символ;

Символдық қабат – тұлпар – қазақтың рухы, Құлагердің өлімі – сол рухтың жаралануы, жоғалуы;

- Мәдени дискурстағы рөлі:

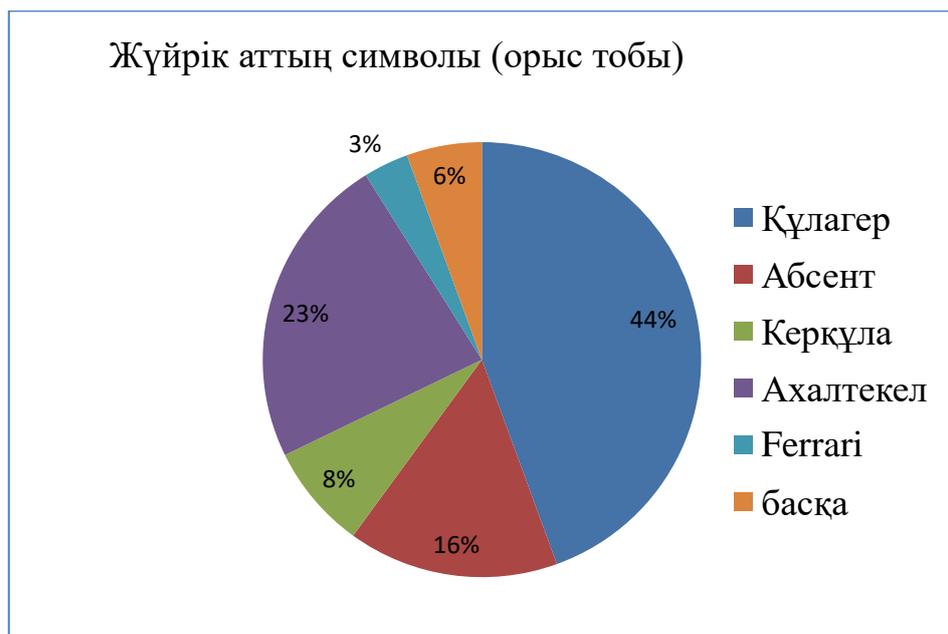
«Құлагер» – әдебиет, ән-күй жанрында, кино өнерінде кеңінен қолданылатын символ. Ұлттық болмыстың күрделілігін, еркіндікті, бостандықты, рухани үлкен қасіретті бейнелейді. І. Жансүгіровтің «Құлагер» поэмасы, Б. Мансұровтың «Құлагер» кинофильмі де прецедентті феноменге айналған.

Баспасөз беттерінде Құлагердің өлімі жайында тарихи шындық пен көркем шындықты салыстыра отырып зерттеген, сипаттаған әдеби, тарихи мақалалар көп жарық көрген. «Біз Құлагерге орала береміз...» (АТ, 11.04.19), «Құлагерді құлатқан кім?» (ЕҚ, 29.11.24), «Құлагердің сыны» (ЕҚ, 18.09.24), «Ұлттық спорт: «Құлагердің» көкпарда екінші рет есесі кетті» (А, 26.09.19), «Құлагер – еркіндікке ұмтылған қазақ елінің символы» (<https://abai.kz/>, 12.04.2017) т.б.

Сол сияқты «Құлагер» асқақ арманның күйреуін, ұлттық рухтың жоғалуын, ерлік пен сұлулықтың, үміттің әділетсіздікке, қастандыққа ұшырауын білдіреді. Бірақ алдымен жастар танымында «Құлагер – жүйрік тұлпар» деген символмен танылған. Орыс және қазақ тобынан сауалнама жүргізгенде осындай ойға келдік. «Сіз үшін жүйрік тұлпардың символы» деген сұраққа екі тілді респонденттердің басым көпшілігі Құлагер деп жауап берген. Диаграмма арқылы көрсетсек (Сурет 15,16):



Сурет 15 - Қазақ тобының сауалнама нәтижесі



Сурет 16 - Орыс тобының сауалнама нәтижесі

Байқағанымыздай, қазақ тобының 90 пайызы үшін, орыс тобының 44 пайызы үшін жүйрік аттың символы Құлагер болды. Одан бөлек орыс тобының кей студенттері Ахалтеке мен Абсентті таңдапты. Ferrari деген 1 жауап болды, мүмкін жылдам көлік болған соң немесе көліктің эмблемасы аттың суреті болған соң жазған болар. 234 студент қатысқан сауалнама нәтижесіне қарап Құлагер бейнесінің символдық мәнін, ұлттық дүниетанымда нақты орныққанын көре алдық десек болады.

Сол сияқты «Құлагер» прецедентті символына қатысты сипаттама ұсынылды. Зерттеу барысында оның мәдени маңызын, уақыт ағымындағы мәдени трансформацияларын, референттік ерекшеліктерін және семантикалық ассоциацияларын айқындауға ұмтылды. Бұл мәліметтер төмендегі 6-кестеде көрініс табады.

Кесте 6 - «Құлагер» прецедентті символының сипаттамасы

Белгі	Сипаттама
1	2
Мәдени маңызы	Шығарма кейіпкері. Қазақ халқының рухани болмысында Құлагер – еркіндіктің, сұлулық пен трагедияның символы. Ол – жүйрік тұлпар ғана емес, жоғалған үміттің көрінісі.
Танылу деңгейі	Өте жоғары. Құлагер есімі Ақан серімен тығыз байланысты. Бүкіл Қазақстан халқы үшін танымал мәдени код.
Жалпы интерпретациясы	Құлагер – тек бәйге ат емес, әділетсіздік құрбаны, рухтың құлдырауы мен ақын зарының белгісі.
Референттік сипаты	Тарихи нақты референтке ие: Ақан серінің жүйрігі Құлагер – шынайы өмірде болған тұлпар, нақты оқиғаға (бәйгедегі өлім) негізделген.
Символдық мағынасы	Трагедия, үміттің үзілгені, ұлттық мұң, сұлулық пен ерліктің жаншылуы. Сонымен қатар, ақын жанының зары мен әділетсіз жүйеге қарсылықтың символы.
Қатысы бар оқиға	Сағынайдың асындағы бәйгеде Құлагердің көреалмаушылықпен өлтірілуі. Бұл оқиға І. Жансүгіровтің «Құлагер» дастанында бейнеленген.
Қолданылуы	Әдебиетте, ән жанрында, көркем өнерде, кино мен театрда, публицистикада кеңінен қолданылады.
Мәдени өзгерістері/ Уақыт бойынша эволюциясы	Құлагер образы бастапқыда – нақты оқиға, кейінірек – ұлттық трагедияның әмбебап символына айналды, қазіргі таңда – халықтық ар-намысының бейнесі.
Семантикалық ассоциация	Жүйрік тұлпар, еркіндік, жоғалту, әділетсіздік, көз жасы, серілік дәурен,

6-кестенің жалғасы

1	2
	рухани қасірет, көкірек күйі.
Сөз тіркестерінің үлгілері	Құлагердей мерт болды, Құлагердің зары, Құлагер тағдыры, Құлагер мұңы, Ақан сері мен Құлагер.
Интертекстуалды сілтемелер	Ақан серінің жоқтауы, І. Жансүгіровтің «Құлагер» поэмасы, қазақ халық әндеріндегі Құлагерге қатысты бейнелер. Сонымен бірге, Құлагердің бейнесі қазіргі әдебиет пен драматургия саласында символикалық деңгейде жиі қолданылады.
Типі	Прецедентті есім → прецедентті мәтін → прецедентті символ (кешенді феномен).

Қорытындылай келе, жүргізілген зерттеу аясында біз кейбір прецедентті феномендердің құрылымдық-мағыналық эволюциясы нәтижесінде символдық деңгейге дейін көтерілетінін дәлелдеуге ұмтылдық. Атап айтқанда, зерттеу нысаны ретінде алынған «Аққу», «Самұрық құс» ұғымдары бастапқыда көркем мәтіндік қабатта қарастырылғанымен, оның мазмұндық ауқымы мен мәдени кодтағы орнына байланысты универсалды мифопоэтикалық дәстүрлі символға, ал «Құлагер», «Хатико» бейнелерінің прецедентті символ дәрежесіне дейін мағыналық күрделенуге ие болатыны айқындалды. Дәстүрлі символ мифологиялық, діни не архетиптік ұғымдарға негізделсе, прецедентті символ нақты тарихи оқиғаға байланысты. Дәстүрлі символдар әртүрлі мәдениет өкілдеріне танылған универсалды, прецедентті символдар белгілі бір мәдениет аясында (шектеулі) танымал болуы мүмкін (егер Хатиконы танытқандай БАҚ ықпал етпесе).

Сонымен прецедентті феномендер уақыт өте келе:

- көпшілікке кеңінен танылады;
- жиі қайталанып одан әрі жаңғырып отырады;
- бастапқы мәтіннен бөлек қосымша мағына ала бастайды;
- мәдени жадымызда орнығады;
- символикалық мәнге ие болады;

Осы үдерістердің нәтижесінде кей прецедентті феномендер мәдениет үшін маңызды әрі тұрақты универсалды белгіге, прецедентті символға айналады, кей тұста мәтіннен тәуелсіз түрде өмір сүре бастайды.

Қорытындылай келе, интертекстуалдылықтың негізгі маркері прецедентті феномендер мәдени контекст қалыптастырып, ортақ құндылықтар мен дүниетанымды анықтауға зор ықпал ететін құбылыстар. Олар тілімізде тұрақты сөз орамдары, афоризмдер, символдар түрінде көрініп, көркем әдебиетте, бұқаралық ақпарат құралдарында жиі қолданылады. Прецедентті феномендер

газет мәтіндерінде бірнеше семантикалық қабатта жұмыс істейді, тура, астарлы, символикалық, прагматикалық, когнитивтік, мифологиялық мәндерге ие болуы мүмкін. Сол көпқабатты құрылымдары газет дискурсындағы ақпаратты ықшамды қысқа түрде жеткізу, әртүрлі эмоция тудыру, интертекстуалды байланыс орнату және бастысы қоғамдық пікір қалыптастыру үшін қолданылады.

Біз зерттеу жұмысымыздың екінші тарауында прецедентті феномендердің прецедентті мәтін, прецедентті айтылым түрлеріне тоқталдық. Прецедентті мәтіннің бірнеше дереккөздерін қарастырдық, БАҚ-тағы көрінісін зерттедік. Ұлттымыздың мәдениетіне тән прецедентті айтылымдардан бөлек қазақ, орыс және ағылшын танымындағы универсалды айтылымдарды жинастырдық, талдадық. Олардың семантикалық қабаттарын толықтырдық. Белгілі бір прецедентті феномендер символдық мәнге ие болатындықтан, «прецедентті символ» деген терминді енгіздік. «Аққу», «Самұрық құс» дәстүрлі символдарының, «Құлагер», «Хатико» сынды прецедентті символдарының мәдени маңызын, мәдени өзгерістерін, референттік сипатын, символикалық мағынасын, қолданылуын, семантикалық ассоциация белгілерін, бір сөзбен айтқанда сипаттамасын жасадық.

### **3 ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ АРҚЫЛЫ ПРЕЦЕДЕНТТІ ФЕНОМЕНДЕРДІ АВТОМАТТЫ АНЫҚТАУ ЖӘНЕ СЕМАНТИКАЛЫҚ ИНТЕРПРЕТАЦИЯЛАУ**

#### **3.1 Медиамәтіндердегі универсалды прецедентті феномендер: Python көмегімен іздеу**

Қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдары, әсіресе газет журналистикасы саласында, мақала тақырыптарын құрастырудың тәсілдері айтарлықтай өзгеріске ұшыраған. Егер бұрынғы уақытта тақырыпаттар көбінесе қатаң ақпараттық стильде құрылатын болса, бүгінгі таңда олар экспрессивті және креативті тәсілдермен беріледі. Журналистер оқырманның назарын бірден аударып, эмоциялық әсер тудыру мақсатында экспрессивті-эмотивті лексиканы, тұрақты тіркестерді, қанатты сөздер мен мақал-мәтелдерді, сондай-ақ әдеби шығармалардан, поэзия мен прозадан алынған үзінділерді, кино және сериал атауларын, ән мәтіндерінен алынған тіркестерді кеңінен қолданады. Көп жағдайда бұл тілдік бірліктер трансформацияланып, яғни бастапқы пішіні өзгертіліп, жаңа ортада қайта интерпретацияланады.

Мұндай әдістің басты мақсаты – мақала тақырыбы арқылы оқырманға жылдам әрі тиімді түрде әсер ету, мәтіннің мазмұнына деген қызығушылықты арттыру. Осыған байланысты, журналистің тақырыпат қоюдағы шеберлігі мен тілдік тапқырлығы алдыңғы қатарға шығады. Ол тақырыпат арқылы мәтіннің мәні мен астарын меңзеп, оқырманның когнитивтік танымын кеңейтеді. Тақырыпат жеңіл қабылданып, түсінілетін әрі мазмұнды, астарлы мағынамен толыққан болуы тиіс, өйткені ол – мәтіннің өзіндік жарнамасы ретінде қабылданады.

Аталған үрдістер қазіргі тіл білімінде прецеденттілік құбылысының нақты көрінісі ретінде қарастырылады. Бұл құбылыс журналистиканың интертекстуалдылық, семантикалық көпқабаттылық, мәдени кодтау сынды күрделі прагматлингвистикалық категориялармен тығыз байланыста дамып келе жатқанын көрсетеді. Осылайша, қазіргі тақырыпат қою ұлттық мәдени жадпен, оқырманның танымдық базасымен және заманауи медиа-коммуникациялық талаптармен үйлесім тапқан лингвистикалық ерекшелік болып отыр.

Прецедентті құбылыстарды бірнеше негіздемелік өлшемдер бойынша жүйелеуге болады. Бастапқы мәтінмен арақатынасына байланысты прецедентті айтылым, прецедентті есім, прецедентті мәтін, прецедентті жағдай деген (А. Д. Васильев, Д. Б. Гудков, И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. В. Багаева) және прецедентті символ (біздің ұсыныс), прецедентті дәрежесіне қарай «күшті», «әлсіз» (Г. В. Денисова) сияқты түрлері айқындалады. Сол сияқты қамту кеңістігі мен қолданылу аумағы бойынша элеуметтік-прецедентті, ұлттық-прецедентті, универсалды-прецедентті феномендер (В. В. Красных) деп жіктеледі. Біз зерттеу жұмысымызда «Стокгольм синдромы», «Дон Кихот», «Ахиллестің өкшесі» универсалды прецедентті феномендерін қарастырдық, олардың универсалды қасиетін дәлелдеу үшін қазақ, орыс және ағылшын медиамәтіндеріндегі көрінісін зерттедік. Алдымен қазақтілді, орыстілді және

ағылшынтілді медиамәтіндерден прецедентті феномендерді жинастырдық. 70 универсалды және ұлттық прецедентті құбылыстардың (Махамбет, Құлагер, Қызыл раушан, Ромео мен Джульетта, Самұрық құс, Феникс, Пандора жәшігі, Қорқыт ата, Жалмауыз кемпір (Баба Яга), Асан Қайғы т.б.) сипаттамасын жасадық. Осылардың арасынан «Стокгольм синдромы», «Ахиллестің өкшесі», «Дон Кихот» прецедентті феномендерін зерттеу нысаны етіп алдық. Өйткені кей прецедентті феномендер универсалды болғанымен, қазақ тілінің баспасөз беттерінде кездеспеуі мүмкін. Біздің мақсатымыз қазақ, орыс, ағылшынтілді медиамәтіндердегі универсалды прецедентті феномендерді іздеу болды. Сондықтан үш ұлтқа да белгілі, үш тілді медиамәтіндерде де кездесетін «Стокгольм синдромы», «Ахиллестің өкшесі», «Дон Кихот» универсалды прецедентті құбылыстарын қарастырдық. Төмендегі кестеде аталған универсалды прецедентті феномендердің сипаттамасын былайша бердік (7-кесте). Оны Python бағдарламасына енгіздік.

Кесте 7 - Универсалды прецедентті феномендердің сипаттамасы

Өлшемдер	Стокгольм синдромы	Дон Кихот	Ахиллес өкшесі
1	2	3	4
Мәдени маңызы	Психологиялық феномен	Сервантес романының әдеби кейіпкері	Ежелгі грек аңыздарындағы мифологиялық кейіпкер
Танылу деңгейі	Жоғары	Өте жоғары	Жоғары
Жалпы интерпретациясы	Жәбірленуші адамдардың өздеріне қорлық көрсеткендермен эмоционалдық байланыс қалыптастыруы	Шынайы өмірге сай келмейтін арманға ұмтылатын қияли, идеалист кейіпкер	Адамның жеңіліске әкелетін әлсіз тұсы.
Референттік сипаты	Психология саласында жиі қолданылады	Идеализм мен утопиялық ұмтылыстарды сипаттауда жиі кездеседі	Әдеби және ауызекі тілде әлсіз тұстарды сипаттауда жиі кездеседі
Символдық мағынасы	Травмалық жағдайдан кейінгі психологиялық байланыстың әсерін білдіреді	Идеализм, рыцарлық, шындыққа сәйкес келмейтін қияли ұмтылыстардың символы	Ерекше әлсіздік немесе қауіпті осал тұс символы

## 7-кестенің жалғасы

1	2	3	4
Қатысы бар оқиға	1973 жылы Швецияның Стокгольм қаласында орын алған банк тонау оқиғасынан туындаған	Мигель де Сервантестің «Дон Кихот» романындағы басты кейіпкер	Ежелгі грек мифі: Ахиллестің тек бір ғана осал тұсы болады, ол – өкшесі.
Қолданылуы	Ұқсас жағдайларды сипаттауда метафора ретінде жиі қолданылады	Қияли армандарға ұмтылатын адамдарды сипаттауда қолданылады	Кез келген жүйенің, адамның немесе құрылымның әлсіз жерін сипаттауда қолданылады
Мәдени өзгерістері/ Уақыт бойынша эволюциясы	Бастапқыда Стокгольм оқиғасы тек Швеция елі үшін ғана ұлттық оқиға болды, қазіргі күні универсалды прецедентті жағдай, содан Стокгольм синдромы сөз тіркесі қалыптасты	Роман кейіпкер болған Дон Кихот қазіргі уақытта идеалист адамның жағымды/ жағымсыз ісін сипаттау үшін қолданылатын универсалды есім болды	Ежелгі мифтік бейне, қазіргі таңда біреудің осал тұсы, әлсіз жерін беретін ұлттық символға айналды
Семантикалық ассоциация/ сөз тіркестерінің үлгілері	«Кепіл», «ұрлау», «психологиялық жарақат» сияқты терминдермен жиі қатар қолданылады	«Идеализм», «қиялшыл», «донкихоттық ұмтылыс» терминдерімен байланысты	«Осалдық», «әлсіздік», «кемшілік», «жара» тәрізді мағыналық өрістермен байланысты
Интертекстуалды сілтемелер	Психологиялық әдебиетте, БАҚ-та және шынайы оқиғаларда жиі кездеседі		Көркем әдебиетте, бұқаралық ақпарат құралдарында және күнделікті сөз қолданыста

7-кестенің жалғасы

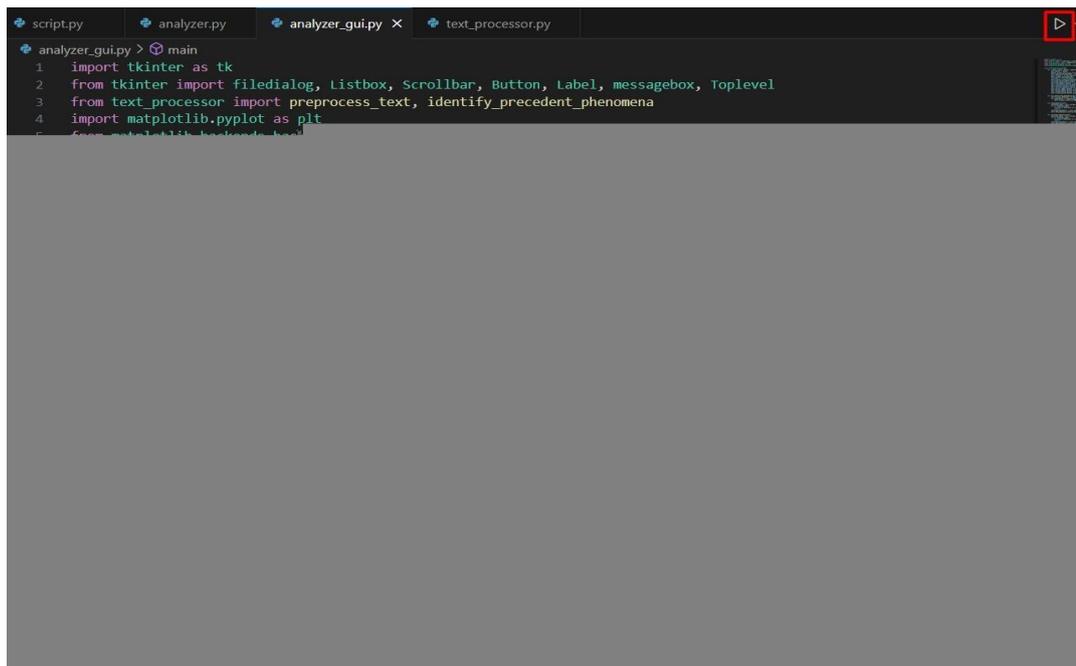
1	2	3	4
		Әдеби шығармаларда, философиялық мәтіндер мен идеализм тақырыбындағы талдауларда айтылады	көрініс табады
Типі	Прецедентті жағдай	Прецедентті есім	Прецедентті жағдай

Python бағдарламалау тілі және бірнеше қуатты кітапханалар негізінде прецедентті құбылыстарды анықтауға және олармен жұмыс істеуге арналған жоғары деңгейлі бағдарламалық қосымша әзірленді. Қолданушыға ыңғайлы графикалық интерфейс құру үшін tkinter, деректерді тиімді визуализациялау үшін matplotlib, ал мәтіндік талдау жүргізу үшін табиғи тілдерді өңдеу (NLP) кітапханалары пайдаланылды. Бұл қосымша ағылшын, қазақ және орыс тілдеріндегі лингвистикалық құралдармен жұмыс істеуді жеңілдетіп, оларды тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Алдыңғы қатарлы NLP әдістерін біріктіру арқылы бағдарлама қолданушы енгізген мәтіннен прецедентті құбылыстарды дәл әрі нақты түрде анықтай алады.

Бағдарламаның өзегі – онда сақталған прецедентті құбылыстардың дерекқоры мен олар туралы жан-жақты ақпарат. Бұған дейін аталған прецедентті құбылыстарды жіктеу үлгісі бағдарлама арқылы автоматты түрде танылып, сәйкес типтерге бөлінеді. Қолданушылар әрбір прецедентті құбылыстың жалпы интерпретациясы, символдық мағынасы, байланысты оқиғалары, қолданылу аясы, семантикалық ассоциациялары, сөз тіркестері үлгілері, уақыт бойынша дамуы, мәдени өзгерістері, сондай-ақ тарихи-контекстуалдық негізі бойынша мәдени және әлеуметтік ықпалын терең талдай алады.

Қазіргі бағдарламалық шешімдер зерттеушілер мен лингвистерге прецедентті құбылыстардың бұқаралық ақпарат құралдарынан табуды, оларды зерттеуді жеңілдетуге мүмкіндік береді. Болашақта бұл жүйені одан әрі жетілдіру арқылы тек қолданушы мәтінімен ғана емес, Интернеттегі дереккөздерді, оның ішінде Twitter сияқты әлеуметтік желілерді, жаңалық сайттарын және басқа да ақпараттық ресурстарды автоматты түрде талдай алатын кең ауқымды платформаға айналдыруға болады.

Бағдарлама былай жұмыс жасайды (17-Сурет):



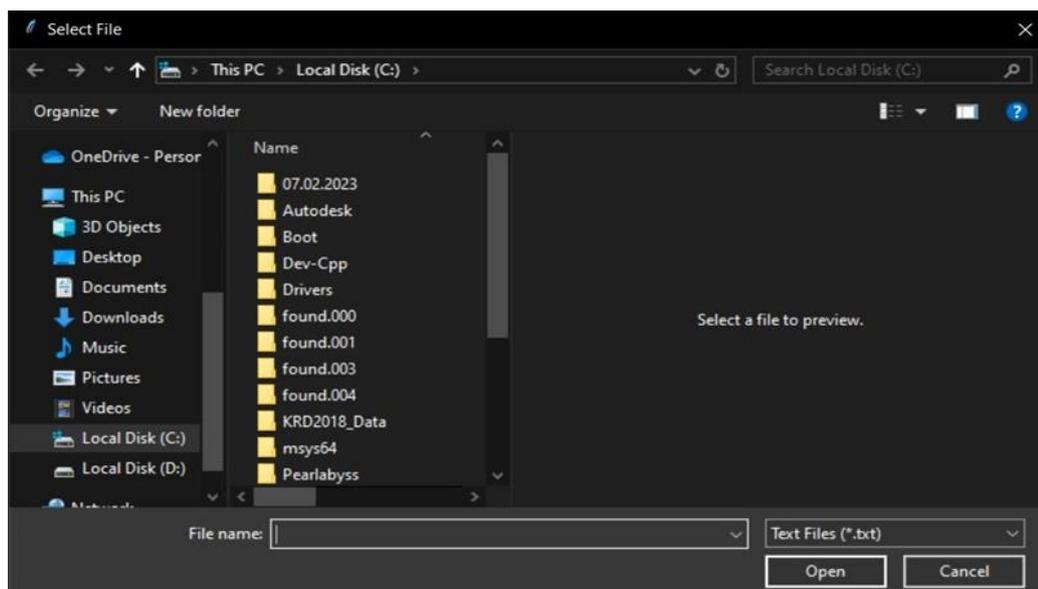
```
script.py analyzer.py analyzer_gui.py X text_processor.py
analyzer_gui.py > main
1 import tkinter as tk
2 from tkinter import filedialog, Listbox, Scrollbar, Button, Label, messagebox, Toplevel
3 from text_processor import preprocess_text, identify_precedent_phenomena
4 import matplotlib.pyplot as plt
```

Сурет 17 - Бағдарламаның құрылымы

Бағдарламаның негізгі құрылымы бірнеше ішкі файлдарға бөлінген, бұл оның модульдік құрылымын қамтамасыз етіп, редакциялау үдерісін оңай әрі тиімді етеді. Басты файл – main.py, ал оған қосылатын ішкі модульдер: script.py, analyzed.py, analyzer\_gui.py және text\_processor.py. Бұл модульдердің әрқайсысы бағдарламада белгілі бір функцияны атқарады.

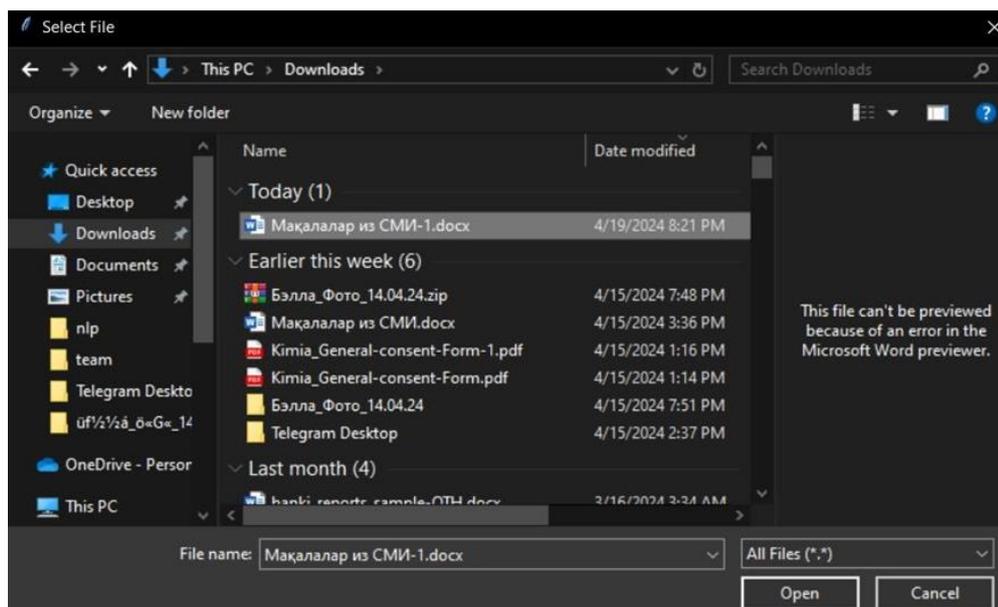
script.py файлы бағдарлама логикасының негізгі бөлігін қамтиды. analyzed.py модулі енгізілген мәтіннен прецедентті құбылыстарды анықтап, олардың әрқайсысына жеке лингвистикалық талдау жүргізеді. analyzer\_gui.py – бұл бағдарламаның графикалық интерфейсін іске асыратын модуль. Егер мәтінде бірнеше прецедентті құбылыс анықталса, бұл интерфейс олардың ішінен таңдау жасауға мүмкіндік береді. Пайдаланушыға ыңғайлы болу үшін интерфейс интуитивті құрылып, бағдарламаны жалпы аудитория үшін қолжетімді етеді. text\_processor.py – табиғи тілдерді өңдеуге арналған негізгі кітапханалармен жұмыс істейтін модуль. Осы файлдың көмегімен бағдарлама қазақ, орыс және ағылшын тілдеріндегі мәтіндермен еркін жұмыс істей алады. Сонымен қатар, егер прецедентті бірлік қате жазылған немесе сөз құрамында берілсе де, бұл модуль оны дұрыс өндеп, сәйкестендіре алады.

18-суретте бағдарламаның барлық ішкі модульдері көрсетілген. Пайдаланушыға ыңғайлы интерфейс берілгендіктен, бағдарламаны analyzer\_gui.py файлын іске қосу арқылы қолдану ұсынылады. Бағдарламаны іске қосқаннан кейін, жаңа терезе ашылып, пайдаланушы өз құрылғысынан .txt, .docx немесе .pdf форматындағы файлды таңдай алады. Таңдалған файл – пайдаланушы жұмыс істегісі келетін және прецедентті құбылыстарды анықтауға арналған мәтін болып табылады.



Сурет 18 - Бағдарламаның ішкі модульдары

Зерттеу жұмысының мазмұнын нақты әрі түсінікті түрде баяндау мақсатында арнайы Word құжаты дайындалды. Бұл құжатта аталған зерттеуге негіз болған мақалалар жинақталған. Онда қазақ, орыс және ағылшын тілдеріндегі түрлі мәтіндер қамтылып, «Стокгольм синдромы», «Ахиллес өкшесі» және «Дон Кихот» сияқты прецедентті құбылыстар жан-жақты сипатталып талданған. 19-суретте біз таңдаған құжаттың атауы – «Мақалалар из СМИ», яғни «БАҚ мақалалары» (Articles from the media) көрсетілген. Бұл файл бұқаралық ақпарат құралдарынан алынған мәтіндер негізінде жүргізілген талдауға арналған.

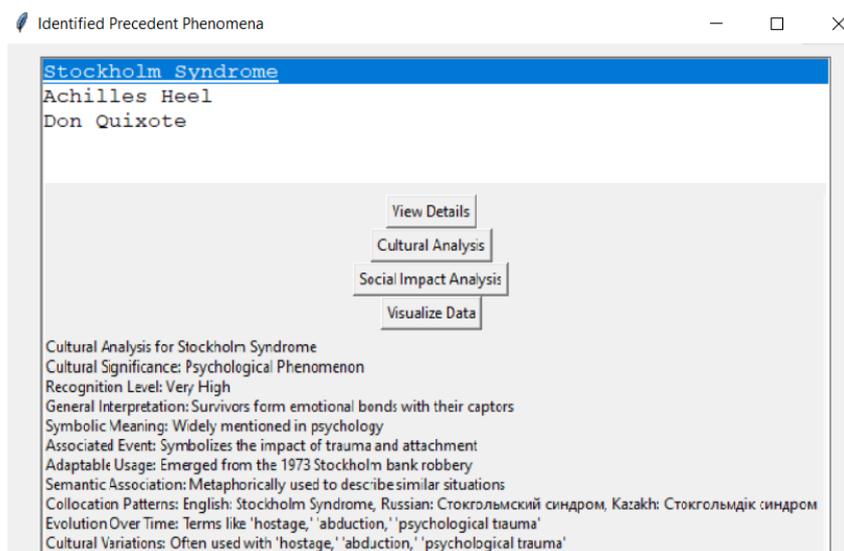


Сурет 19 - Таңдалған құжат атауы



Сурет 20 - Прецедентті құбылыстар тізімі

Аталған файл ашылғаннан кейін бағдарлама жаңа терезе ашады, онда анықталған барлық прецедентті құбылыстар тізімі көрсетіледі. 4-суретте тек үш прецедентті құбылыстың табылғаны көрсетілген, дегенмен мәтінде олардың саны анағұрлым көп және әртүрлі тілдерде кездеседі. Бұлай болу себебі – бірдей прецедентті құбылыстарды қайталап көрсету қажеттілігі жоқ. Бағдарламаның негізгі компоненттерінің бірі – арнайы құрылған прецедентті құбылыстар дерекқоры. Бұл дерекқорда көптеген прецедентті бірліктер олардың сипаттамаларымен бірге енгізілген, сол арқылы әрқайсысына жеке талдау жасау мүмкіндігі қамтамасыз етіледі. Бағдарлама мәтіндегі прецедентті құбылыстарды осы дерекқормен салыстырып тексереді және егер белгілі бір құбылыс бұрыннан анықталған болса, оны қайтадан тізімге қоспайды. Бұл функционалды бағдарлама жұмыс істейтін үш тілге (қазақ, орыс, ағылшын) бірдей қолданылады. Мысалы «Стокгольм синдромы» универсалды прецедентті феноменінің бағдарламадағы сипаттамасы мынадай (Сурет 21):



Сурет 21 - «Стокгольм синдромы» прецедентті феноменінің сипаттамасы

Енді сол бағдарламаға енгізілген медиамәтіндердің прагматикалық қабатына талдау жасаймыз.

1) «Стокгольм синдромы» универсалды прецедентті құбылысының пайда болу алғышарттары мен ғылыми тұрғыдан зерттелуіне, сондай-ақ қазақ, орыс және ағылшын тілді бұқаралық ақпарат құралдарында бұл ұғымның қалай қолданылатынына және жастардың санасында қаншалықты танылып, орныққанына жан-жақты назар аудардық.

*«1973 жылғы 23 тамызда швед азаматы Ян Эрик Ульссон Стокгольм қаласының дәл орталығындағы банкке шабуыл жасап, төрт адамды кепілге алды. Ол түрмеде отырған сыбайласын жеткізуді, өзіне қару, ақша, бронезилеттер әкелуді және жылдам көлік беруді талап етті. Кейіннен «кепілге алынған адамның синдромы» деп аталып кеткен психологиялық құбылыстың алғашқы белгілері бірден байқалды. Кепілге алынған әйелдердің бірі полициядан банкке шабуыл жасамауды өтініп, өздерін ренжітпейміз деп уәде берген террористерге сенетінін айтты.*

*Келесі күні террорист Швеция премьер-министрі Улоф Пальмеге қоңырау шалып, талаптары орындалмаса, барлық кепілге алынғандарды өлтіремін деп қорқытты. Артынша премьерге кепілге алынған әйелдердің бірі қоңырау шалып, Пальмені баяулығы үшін сөгіп, қылмыскерлер мен кепілге алынғандарды босатуды талап етті. Банкте болғандардың кейбірі полицияға қоңырау шалып, террористерді түсінуге болатынын және түсіну керектігін айтқан.*

*Кепілге алынғандар босатылғаннан кейін олар террористермен қоштасқысы келмей, жылап, «жаңа достарына» жамандық жасамауды өтінді. Олар полицияның шабуылынан көбірек қорыққанын мәлімдеді. Тіпті, кейбірі террористерді мақтай бастады. Канадалық кәсіпкер бас бұзақыны сыпайы, білімді адам деп сипаттады. Кейін бұл адамдар қылмыскерлерге адвокат жалдауға ақша жинай бастады»* (<https://selen11.narod.ru/syndrome.htm>).

Бұл – ХХ ғасырда Швед елінің ұлттық жадында сақталған, нақты Стокгольм қаласында болған оқиға. Осы тарихи оқиғаны прецедентті жағдай ретінде қарастыруға болады. Себебі дәл осы жағдайдан соң әлемдік психологияда «Стокгольм синдромы» деген тіркес пайда болды. Бұл құбылыс жәбірленушінің өзіне зиян келтірген адамға оң көзқараспен қарап, оны қолдауға бейімделуімен сипатталады. Кепілде болған алты күн ішінде тұтқындардың қарақшыларға жаны ашып, оларды қолдай бастауы ерекше жағдай ретінде тіркелген. Осындай ауыр психологиялық қысым кезінде туындайтын тосын әрі қалыпты емес эмоциялық байланыс кейін «Стокгольм синдромы» деген атауға ие болды. Осы жағдайдан соң бұл феномен қоғамда аса қызығушылық таныта бастайды. Стокгольм синдромы туралы көптеген зерттеу мақалалары жарық көрді. Мәселен, forbes.ru порталында Ю. Гладильщикова жариялаған «Как родился стокгольмский синдром» атты мақаласында бұл құбылыстың бастауына қатысты қызықты мәліметтер ұсынады. Сондай-ақ бұл оқиға желісі әйгілі режиссер Роберт Будро түсірген «Stockholm» («Однажды в

Стокгольме») атты триллер фильмінде көркем түрде бейнеленген. Minu S. Nair атты зерттеуші «Stockholm syndrome - A self delusive survival strategy» атты еңбегінде әлеуметтік сипаттағы Стокгольм синдромына терең талдау жасайды. Автор бұл синдромның пайда болу тарихын, негізгі белгілері мен психологиялық ерекшеліктерін жан-жақты қарастыра отырып, оның ежелгі дәуірлерден бастау алатынын айтады. Зерттеушінің ойынша, әсіресе әйелдер қауымы осындай күйзеліске жиі ұшыраған: жаулап алынған қоғамда күнге айналған әйелдер өмірін сақтау үшін зорлық-зомбылық көрсеткен жауына бағынып, үнсіз көнуге мәжбүр болған. Осы тұжырымға сүйене отырып, автор өз мақаласының атауын «Стокгольм синдромы – өзін-өзі алдайтын аман қалу стратегиясы» деп алған. Сондай-ақ мақалада 1974 жылы орын алған Кэти Перстің оқиғасы мен 1933 жылы ұрланған 25 жастағы Мак Эрлойддың тағдыры секілді нақты деректер негізінде синдромның түрлі қырлары баяндалған [185].

Шетелдік зерттеушілер тарапынан «Стокгольм синдромы» тақырыбына арналған ғылыми еңбектердің саны аз емес. Мәселен, Cassidy James Patrick «The Stockholm syndrome, battered woman syndrome and the cult personality: An integrative approach» [186] деген еңбегінде Стокгольм синдромы, соққыға жығылған әйелдердің синдромы және культтік тұлға феноменін байланыстыра отырып, осы үш түрлі психологиялық жағдайды бір жүйеде қарастырады. Ал «Stockholm syndrome’: psychiatric diagnosis or urban myth?» [187] деп аталатын мақалада Стокгольм синдромы – тұтқында болған адам мен оны тұтқынға алған тұлға арасындағы жағымды эмоциялық байланысты сипаттайтын ұғым ретінде қарастырылады. Сонымен қатар, зерттеушілер M. Namnyak пен N. Tufton бастаған топ бұл құбылыстың бұқаралық ақпарат құралдарында кеңінен көрініс тапқанына қарамастан, ресми түрде психиатриялық диагноз ретінде танылмағанына назар аударады. Олар бұл синдромның шынайы бар екенін дәлелдеу мақсатында арнайы ғылыми зерттеу жүргізген.

Қазақ тіліндегі бұқаралық ақпарат құралдарында «Стокгольм синдромы» тіркесі жиі кездеседі. Мәселен, «Егемен Қазақстанда» журналист Абай Отардың осы атаумен жарық көрген мақаласында бұл психологиялық құбылыстың пайда болу жолы, ерекшеліктері мен белгілері баяндалғанымен, автордың негізгі ойы мен жеткізгісі келген түйіні мүлде тереңірек деңгейде өрбиді. *«P.S. Кейде ел ішінде ашаршылық жылдары қазақты қынадай қырған, бетке ұстар азаматтарын саяси қуғын-сүргінге ұшыратқан, Екінші дүниежүзілік соғыста қиян-кескі ұрысқа айдап салған, кешегі Желтоқсан оқиғасында аяушылық танытпаған Кеңес өкіметін аңсайтындарды көргенде біздің қоғам «Стокгольм синдромын» жұқтырған-ау деген ой келеді...»* (ЕҚ., 10.04.22). Журналист мақалада көрсетілген мысалдар арқылы бұл синдромның белгілері жекелеген адамдардың мінезі мен әрекетінде қалай көрініс табатынын аңғартса, соңғы тұжырымында аталған психологиялық құбылыстың тұтас қоғам санасына сіңіп, ұжымдық сипат ала бастағанын меңзейді [188]

Орыс тілді басылымдарда «Стокгольм синдромы» универсалды прецедентті феномены қазіргі Ресей-Украина соғысы жайлы мәтіндерде көп көрініс табады. Саяси дискурстағы негізгі терминдердің бірі десек болады. Мысалы,

«Стокгольмский синдром Хорошковского», «Голодомор и стокгольмский синдром», «Стокгольмский синдром на основе русофобии и естественного патриотизма», «Как вылечить украинцев от стокгольмского синдрома» [189] т.б. «Украина и стокгольмский синдром» деген мақалада «стокгольмский синдром – это не только особое психическое состояние заложников, это в большей мере заинтересованное сотрудничество двух временно связанных сторон, из которых в итоге одна должна получить жизнь и свободу, а вторая свободу и выполнение её требований» (<https://mereckov.livejournal.com/96029.html>, 20.09.23) деген пікір айтылады. Бұл тіркес психологиялық жағдайдың саяси ахуалмен тығыз байланысын береді. Мақалалардағы «Стокгольм синдромы» тіркесі – универсалды-прецедентті жағдай. Универсалды прецедентті жағдай – бұл белгілі бір оқиға, оған қатысқан адамдар мен сол жағдай мазмұнының адамның санасында орнығып, танымдық деңгейде естен кетпейтін бейне ретінде сақталуы. Мұндай жағдайлар белгілі бір лингвомәдени қауымдастықтың ортақ ақпараттық қорына еніп, қоғам мүшелеріне кеңінен таныс әрі мағынасы бірдей қабылданатын үлгілер ретінде көрініс табады. Сондай-ақ қазіргі тарихи жағдайларға байланысты мұндай мәтіндерді оқи отырып «... мы являемся свидетелями того, как СМИ играют все более деструктивную роль – обостряют политические конфликты, углубляя пропасть между «своими» и «чужими», создавая негативные стереотипы «чужих» и даже демонизируя их» [190].

Ағылшын тілінде жазылған мақалаларда «Стокгольм синдромы» универсалды-прецедентті феномены елдің әлеуметтік ахуалын сипаттау мақсатында және коронавирус мәселесін сөз еткен кезде жиі қолданылған. Мысалы, «Are Americans suffering from Stockholm Syndrome?» деген мәтінде АҚШ халқының жай-күйінің мәз емес екені, ел ішінде қылмыстың көбейгенін, пандемиядан соң азық-түліктің қымбаттағаны туралы жазылады. «*A disturbing aspect of a national collapse is how large portions of the population can undergo a form of Stockholm Syndrome to cope with the social and emotional stress of scarcity and deprivation. Stockholm Syndrome can be both a personal and societal phenomenon shared by a group experiencing the same crisis. The primary concern in both cases is survival*» ([Hedieh Mirahmadi](#), 26.05.2022) (Ұлттық күйреудің ең алаңдататын қырларының бірі – халықтың елеулі бөлігі тапшылық пен жоқшылықтың әлеуметтік және эмоциялық қысымын еңсеру үшін Стокгольм синдромының бір түрін бастан өткеруі мүмкін. Стокгольм синдромы жеке тұлғалық деңгейде ғана емес, бір дағдарысты ұжымдық түрде бастан кешіріп жатқан қоғамда да көрініс табатын құбылыс. Екі жағдайда да басты мақсат – аман қалу, яғни тіршілік ету болып табылады). Үзіндіні оқысақ, автор халық әлеуметтік, эмоционалды күйзеліспен күресемін деп стокгольм синдромына ұшырауы мүмкін деген болжам айтады. Сол сияқты сұраулы сөйлеммен қойылған тақырыпатқа жауап мәтін бойында берілген.

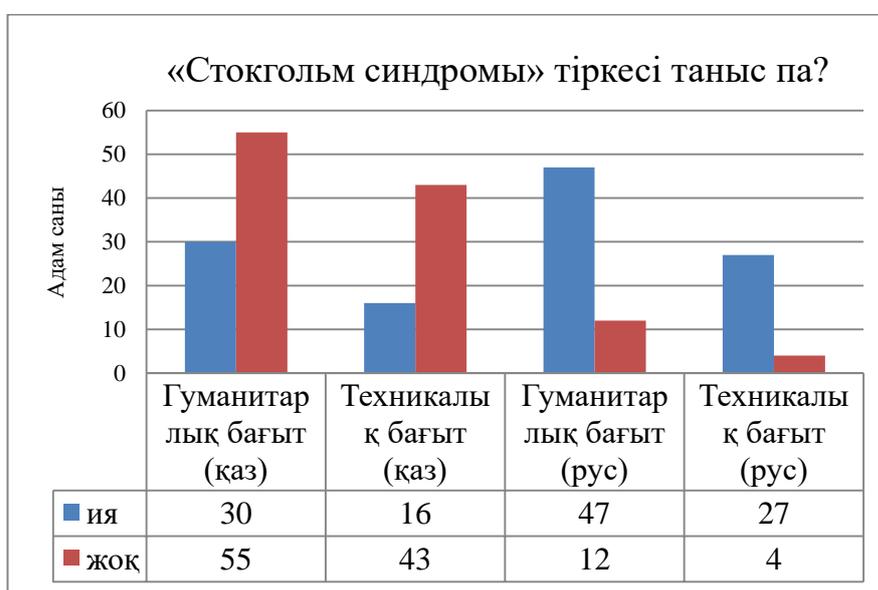
Қорытындылай келе, «Стокгольм синдромы» – мәтінде контекстің көмегімен әр ұлттың саяси-әлеуметтік ахуалын суреттеп беретін универсалды

прецедентті феномен. Біз талдаған журналистердің мақаласында осы мақсатта қолданылған.

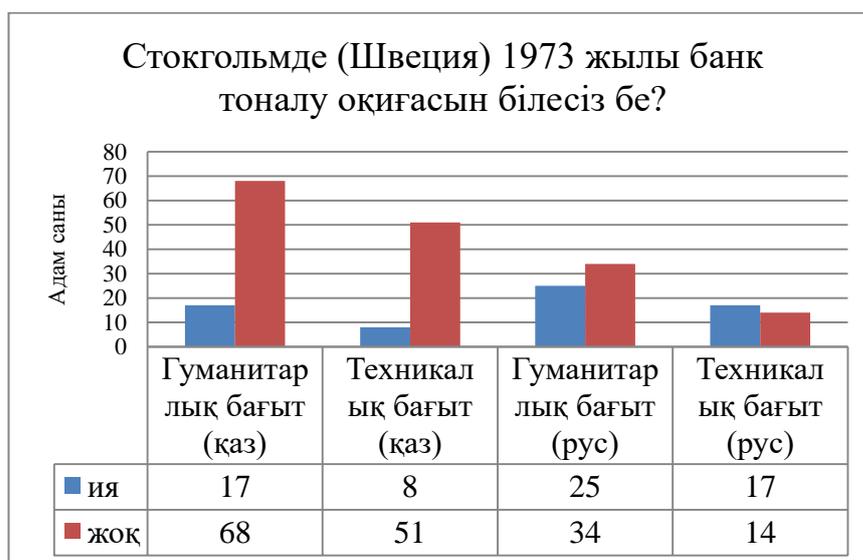
Біз универсалды прецедентті құбылыстардың да жастар арасындағы танымалдылығын, қабылдануын анықтадық. Сауалнама сұрақтары мынадай мазмұнда болды:

- «Сізге «Стокгольм синдромы» тіркесі таныс па?»;
- «1973 жылы Швецияның Стокгольм қаласында орын алған банк тонау оқиғасы туралы білесіз бе?»;
- «Стокгольм синдромы» көрінісі кездесетін кино?».

Зерттеу нәтижесінде гуманитарлық және техникалық бағыттарда білім алатын студенттердің жауаптарында, олардың оқыту тіліне байланысты, айтарлықтай айырмашылық бар екені анықталды. Бұл айырмашылық төмендегі диаграммада көрсетілген (22-24-сурет).



Сурет 22 - Сауалнама нәтижесі



Сурет 23- Сауалнама нәтижесі



Сурет 24 - Сауалнама нәтижесі

Жүргізілген сауалнама нәтижелері көрсеткендей, «Стокгольм синдромы» атты универсалды прецедентті феномен қазақтілді аудитория үшін кеңінен танымал емес. Респонденттердің басым бөлігі бұл ұғымның шығу тарихын да, сондай-ақ аталған психологиялық құбылысты бейнелейтін көркем фильмдерді де білмейтінін көрсетті. Орыс тілінде білім алатын студенттердің жауаптарын саралау нәтижесі олардың бұл құбылыспен жақсы таныс екенін, тарихи негізін білетінін және «Бумажный дом», «Красавица и чудовище» сынды туындыларды дұрыс мысалға келтіре алатынын байқатты. Мұндай ерекшелікті орыс тілді ақпарат кеңістігінде «Золушка синдромы», «Рапунцель синдромы», «Плюшкин синдромы» тәрізді психологиялық ұғымдардың кеңінен таралуымен және олардың жиі талқыланатын тақырыпқа айналуымен түсіндіруге болады.

2) «Ахилестің өкшесі» прецедентті феномені.

Ғалым А. Ислам прецедентті есімдер туралы мынадай пікір айтады: «Кейде мазмұнды еш өзгертпей-ақ не болмаса белгілі бір идиома ретінде қалыптасуға себеп болып, әрі қарай тілімізде қолданысқа түскен сондай типтегі жағдаяттардың өлшеуіш және бағалау мөлшері мен шамасы, параметрі бола алатын тарихи жағдайлар немесе тарихи бір кезеңде белгілі бір рөл атқарған, немесе, белгілі бір тұлғаның, көркем шығарма кейіпкерлерінің айтқан сөздері, аттары фразеологизмдердің негізін құрайды. Лингвомәдениеттануда ондай белгілі бір социумда мәдени ақпарат бекіген атауларды «прецедентті атаулар» [191] деп атайды. Түсінгеніміз, прецедентті есімдердің фразеологизм, идиома тудыратын жағы да бар. Әрине барлығы емес. Біз қарастырған «Ахилестің өкшесі» тұрақты тіркесі осы айтылған сипаттарға ие болып отыр. Сол сияқты «Прецедентная ситуация является когнитивным невербальным феноменом и также фиксирована в памяти в виде некого инварианта восприятия. Ситуация

актуализируется в большинстве случаев посредством ее вербализации или использования прецедентных имен, которые связаны с ней» [192].

Ғалымдардың пікірлерінше прецедентті есім прецедентті жағдай негізінде қалыптасады. Расында «Ахилестің өкшесі» фразеологизмдегі Ахилес – тарихи атау, прецедентті есім. Бірақ бұл идиоманы прецедентті феноменнің прецедентті жағдай түріне жатқызып, сол тұрғыдан қарастырдық.

Белгілі бір тарихи оқиғаға негіз болған, қазіргі күні идиомалық тіркес, фразеологизм ретінде жұмсалатын универсалды прецедентті жағдайдың бірі – «Ахилестің өкшесі». Бұл тіркестің шығу тарихына келсек, гректің әйгілі батыры Ахилес – теңіз құдайы Фетид пен жұмыр басты Пелеяның баласы. Ежелгі грек аңыздарында анасы Ахилестің осал тұсы болмасын деп оны қасиетті Стикс өзенінің суына малып алады. Сөйтіп оқ өтпейтін, қылыш кеспейтін Ахилесті суға өкшесінен ұстап малғандықтан, оның осал тұсы сол өкшесі болады. Оны білетін троялық батыр Парис Ахилесті өкшесінен атып мерт қылады. Осы мифтың желісі бойынша тарихта «Ахилестің өкшесі» деген тіркес пайда болды. Біреудің осал тұсы, әлсіз жері деген мағынаны береді. «Егемен Қазақстан» газетінде С. Әліпбайдың «Ахилес өкшесі» деген атаумен мақаласы шықты. Мұнда әлемдік проблема су тапшылығы мәселесі көтеріледі. Автор Қазақстан Республикасының да осал тұсы су көздерінің аздығы, су қоймаларының қазіргі қиын жағдайы екенін алға тартады. Мәтінді «Қазақстан үшін «Ахилестің өкшесі» су қоймаларының проблемасынан басталуы мүмкін. Осыны Су ресурстары комитетінің қаперіне саламыз» (ЕҚ., 01.2017) деп аяқтайды. Немесе Қазақстан фармацевтикасы, оның дамуы мен қазіргі жай-күйін, жаңа мүмкіндіктерін баяндаған «Қазақстандық фармацевтика: дамудың жаңа мүмкіндіктері» газет мақаласында да журналист «Отандық фармацевтияның «ахиллес өкшесі», яғни олқылығы неде? Шетел өндірісшілері бізді қай жағынан ұтып отыр?» (ЕҚ., 31.07.2010) деген сұрақтарға жауап іздейді. Мәтінде автор «ахиллестің өкшесі» прецедентті феноменін сөзін әрлеу үшін, мәнерлеу үшін қолданған. *Отандық фармацевтияның осал тұсы* деп қарапайым тілмен айтудың орнына *Ахиллестің өкшесі* идиомасын пайдаланады. Сөйтіп мәтіннің семантикасы, стилистикасы күрделене түскен.

Орыстілді сайттарда да бұл тұрақты тіркес қаншама мәтіндердің тақырыбына айналған. Мысал ретінде профессор С. Г. Лузяниннің Қытай Халық Республикасындағы реформаларды терең талдаған «Ахиллесова пята китайских реформ» атты мақаласын келтіруге болады. Ал «В. Путин: Инфляция – ахиллесова пята России» деген мақалаға назар аударсақ, мұнда экономика, ондағы дағдарыс мәселесі сөз болады. <https://www.swissinfo.ch/rus> сайтындағы «В Цюрихе найдена «ахиллесова пята» коронавируса!» атты ғылыми мақалада Covid-19 туралы айтылады. Мәтін былай басталады: *«Ученые цюрихской Высшей технической школы ETH выявили можно сказать «ахиллесову пятау» коронавируса. Дело в том, что для воспроизводства своих белков вирус Sars-CoV-2 использует особый механизм, и вот теперь эксперты из ETH Zürich обнаружили, как этот механизм может быть подавлен в инфицированных клетках. Ключевое слово тут Frameshifting, или «сдвиг кадра»*

(<https://www.swissinfo.ch/rus>, 17.05.2021). ЕТН Цюрих ғалымдары коронавирус РНК-сын, оның күрделі молекулалық кешенін криоэлектрондық микроскопия арқылы зерттеді. Бұл вирустың әлсіз жерін тауып, оған қарсы дәрілік препарат ойлап табуға мүмкіндік тудырды.

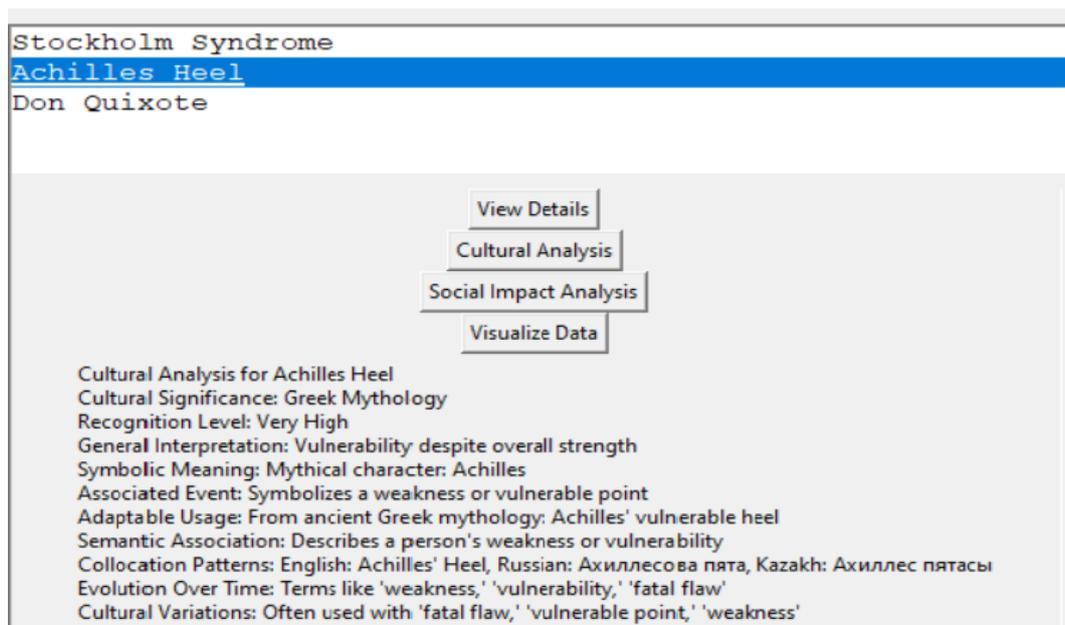
Ағылшын тілінде де «Ахилестің өкшесі» фразеологизмі саясатқа қатысты мәтіндерде қолданылады. «Corruption Is Our Achilles Heel» мақаласында бизнестегі жемқорлық мәселесі жайлы айтылған. Erica Lonergan және Jacquelyn Schneider жазған мәтіннің қазақша аудармасына назар салсақ:

*Тамаша мүмкіндіктеріне қарамастан, цифрлық технологиялардың кемшіліктері де аз емес. Ұялы телефондар арқылы орынды анықтау мүмкіндігі жеке өмірге қол сұғушылыққа әкеледі. Деректер бұрмаланып, жойылуы мүмкін. Механикалық жүйелерді зиян келтіруді көздейтін хакерлер олардың цифрлық қорғанысындағы әлсіз тұстарын тауып, иемденіп алуы ықтимал. Дегенмен, бұл технологиялар қазіргі күнделікті өмірдің ажырамас бөлігіне айналды және олар экономикалық өсімді жеделдетуге, өнімділікті арттыруға, сондай-ақ ақпаратқа бұрын-соңды болмаған ауқымда қол жеткізуге мүмкіндік беруде. Қоғамдар осындай күрделі мәмілемен бетпе-бет келіп отыр: олар цифрлық мүмкіндіктерге тәуелді, бірақ соның салдарынан кибершабуылдарға қатты осал.*

*Бұл қауіптер соғыс жағдайында ерекше айқын әрі аса қауіпті күйге енеді* (<https://www.wnycstudios.org/podcasts/trumpinc/episodes/trump-inc-corruption-our-achilles-heel.>, 26.11.2019).

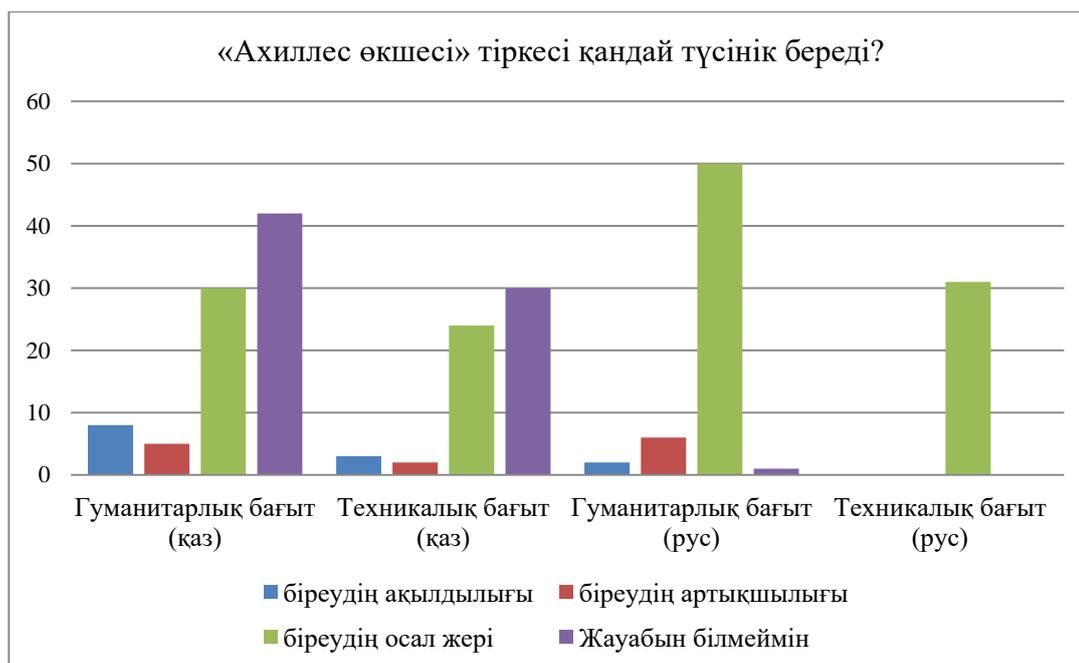
Мақалада цифрлық технологияның мән-жайы жазылған. Мәтін бойында «Ахилестің өкшесі» тіркесі қолданылмаған. Бірақ автор тақырыпат қоюда осы фразеологизмді ұтымды қолданып, прецедентті феномен етіп көрсеткен. «America's Digital Achilles' Heel» деп аталған бұл мақаланы мақсаты – цифривизацияның пайдасымен қатар зиянды тұстарын көрсету. Сол сияқты интернет беттерінде кездесетін «The Achilles Heel of NATO's New Horizon: Sino-Turkish Rapprochement», «Russia and China eye NATO's «Arctic Achilles heel», «This state is Donald Trump's Achilles' heel» сияқты көптеген мәтіндер де Американың саяси проблемалары туралы ақпарат беру үшін жазылған туындылар.

Бұл прецедентті феноменнің де Python бағдарламасына енгізілген сипаттамасы төмендегідей (25-сурет):



Сурет 25 - «Ахиллес өкшесі» прецедентті феноменінің сипаттамасы

Сонымен қатар бұл прецедентті феноменнің жастар арасындағы танылу деңгейі анықталды. Жүргізілген сауалнаманың жауаптарына қарасақ, «Ахиллестің өкшесі» прецедентті феноменін гуманитарлық бағыттағы орыс тобының студенттері өте жақсы біледі (26 сурет). Бұл көрсеткіштен орыс тілінде осы тіркестің жиі қолданылатынын көруге болады. Қазақ лингвистикасында «Ахиллестің өкшесі» идиомасын беретін *адамның осал тұсы, жанды жері* сияқты төл фразеологизмдер көп. Сол себептен де бұл прецедентті феноменнің қолданылуы өте төмен деңгейде. Қазақ аудиториясына да сондықтан таныс емес ұғым болуы мүмкін.



Сурет 26 - Сауалнама нәтижесі

Жалпы прецедентті мәтіндер публицистикалық жанрдың ауқымды қамтылуына, кеңінен танылуына мүмкіндік береді. Олар ақпаратты тікелей және жанама түрде жеткізеді. Сол басты қызметі үшін де журналистер прецедентті құбылыстарды арнайы мақсатта жиі қолданады. Кейде қамтылған мәселені қозғау, баяндау, хабарлау түрінде берсе, кейде сынау, баға беру үшін пайдаланады. Әсіресе мәтіннің жарнамасы саналатын тақырыпат нақты, қысқа, екінші жағынан әсерлі жеткізу үшін журналистер прецеденттілік құбылысқа өте көп жүгінеді. Нәтижесінде прецеденттілікті пайдалану мақаланың байланысын, экспресивтілігін анықтайтын ең маңызды стильдік құралға айналады. Бұл техникаларды жоғарыда қарастырған мәтіндерден анық байқаймыз.

Сонымен қандай жағдай прецедентті болады деген сұраққа ғалым В. Красных былай жауап береді: «Біздің анықтамамызға сүйенсек, белгілі бір жағдайдың прецедентті деп танылуы үшін ол келесі талаптарға сәйкес болуы тиіс: біріншіден, ол нақты бір менталды-лингвистикалық құрылым иелеріне (яғни белгілі бір ұлттық-мәдени қауымдастық өкілдеріне) кеңінен таныс болуы қажет; екіншіден, когнитивтік тұрғыдан өзектілікке ие болуы шарт, яғни ол қабылдаудың инвариантына сәйкес келуі тиіс. Бұл инварианттың құрамына сол жағдайға қатысты ұлттық-спецификалық және ықшамдалған білім мен түсініктер, сондай-ақ аталған жағдаймен байланысты коннотациялар кіреді. Үшіншіден, бұл жағдайға жасалатын апелляциялар (сілтемелер) сол ұлттық-лингво-мәдени қауымдастықтың коммуникациялық тәжірибесінде жиі (немесе потенциалды түрде жиі) кездесуі тиіс» [2, б.185]. Және біз жинастырған «Стокгольм синдромы», «Ахиллестің өкшесі» прецедентті жағдайлары осы көрсетілген сипаттарға ие болып тұр.

### 3) «Дон Кихот» прецедентті есімі.

Прецедентті есімдер – бұл көпшілікке кеңінен таныс жалқы атаулар, олар көбіне белгілі тарихи не мәдени оқиғалармен байланысты және символдық мағынаға ие болады. Зерттеуші В. Красныхтың пікірінше, мұндай есімдер дифференциалды құрылымға ие: бір жағынан – негізгі мағыналық өзек (ядро), екінші жағынан – қосымша сипаттардан тұратын перифериялық қабат. Дифференциалдық қасиет дегеніміз – бұл есімнің басқа атаулардан өзгешелігін айқындайтын басты белгі. Ғалым прецедентті есімге тән танымдық элементтер ретінде денотативті сипаттарды – яғни, кейіпкердің сыртқы келбеті, киімі сияқты белгілерді де атап өтеді. Сонымен қатар, Красныхтың айтуынша, бір есім қарапайым жалқы есім ретінде де, прецедентті мәнге ие есім ретінде де қолданыла алады. Ол прецедентті есім мәртебесіне ие болуы үшін екі басты шарттың орындалуы қажет дейді: біріншіден, атау жалпы қауым тарапынан нақты бір қалыпта қабылдануы тиіс; екіншіден, бұл есім белгілі бір жағдайды немесе мәтінді білдіретін символдық мәнге ие болуы тиіс [2, б.185].

Зерттеуші Е. Нахимова бұқаралық коммуникациядағы прецедентті есімдерге арналған кең көлемді монографиясында бұл құбылыстың түрлеріне

арнайы тоқталып, олардың типологиясын ұсынады. Ол прецедентті онимдерді түрлі белгілеріне қарай топтастырып, жүйелі жіктеу жасайды:

- 1) Көркем немесе басқа да шығармаларды беретін прецедентті есімдер;
- 2) Уақытын көрсете отырып маңызды оқиғаларды көрсететін прецедентті есімдер;
- 3) Белгілі бір оқиғалардың болған жерін көрсету арқылы жасалған прецедентті есімдер;
- 4) Компаниялар, зауыттар, банктер сияқты бизнес нысандар атауын білдіретін прецедентті есімдер;
- 5) Кеңінен танымал болған географиялық объектілердің атауын білдіретін прецедентті есімдер;
- 6) Тарихи оқиғаларды еске түсіретін ел атаулары прецедентті есім ретінде қызмет ете алады;
- 7) Кеме атауларынан туындайтын прецедентті есімдер [108, б.82-85].

Г. Мадиева өзінің «Имя собственное в контексте познания» атты ғылыми еңбегінде Қазақстандағы ономастика саласын жан-жақты талдай отырып, қазақ тіл білімінде прецедентті есімдердің арнайы зерттеу нысанына айналмағанын атап көрсетеді. Ол прецедентті есімдерді адамның танымдық әлемін қалыптастыратын екі үлкен топқа бөледі: бірі – бүкіл адамзатқа ортақ танымал тұлғаларға қатысты универсалды есімдер (мысалы Гитлер, Наполеон, Гамлет), екіншісі – белгілі бір ұлттың мәдени санасында орныққан жергілікті есімдер (мысалы Плюшкин Қарабай,).

С. Иманбердиева өз еңбегінде «Құтты білік», «Ақиқат сыйы», «Диуани Хикмет», «Мұхаббатнаме» секілді ортағасырлық жазба мұралардағы ономастикалық атаулар жүйесін зерттейді. Ғалым бұл шығармаларда кездесетін онимдердің құрылымдық ерекшеліктерін, олардың функционалды және прагматикалық қызметін саралап, түркі жазба дәстүріндегі есімдердің қазіргі қазақ тілінде қалай қолданыс табатынына назар аударады. Сонымен қатар, ол аталған мәтіндердегі «Жаратушы» концептісін тілдік және лингвоконцептологиялық тұрғыда тереңірек талдайды [193].

Ф. М. Әшімханова өз зерттеуінде қазақ тіліндегі адам есімдерінің лингвомәдени ерекшеліктерін, олардың этномәдени мазмұны мен қоғамдық мәнін қарастырады. Зерттеуші еңбегінде лақап аттардың қолданылу сипаты, прецедентті антропонимдердің рөлі, қасиетті саналатын есімдер, араб-парсы тілінен енген антропонимдер, сондай-ақ батырлар жырында кездесетін кісі аттары сияқты түрлі аспектілер жүйелі түрде талданады. [194].

XX ғасырда қазақ тіл білімінде «прецедентті есім» ұғымы нақты түрде қолданылмағанымен, жалқы есімдерге қатысты кейбір ерекшеліктер тілші ғалымдардың еңбектерінде жанама түрде зерттелген. Бұл бағытта Т. Жанұзақов, Т. Қоңыров, І. Кеңесбаев секілді зерттеушілердің еңбектері ерекше атап өтуге тұрарлық. Мәселен Т. Жанұзақов қазақ ономастикасының даму жолдарына талдау жасап, ондағы жалқы есімдердің қалыптасу ерекшеліктерін, олардың жалпы есімге айналу үрдістерін кеңінен сипаттаған. Ол фольклорлық кейіпкерлер – Қожанасыр, Қыз Жібек пен Төлеген, Қозы мен

Баян сияқты бейнелер мен олардың тұлпарлары – Тайбурыл, Шалқұйрық, Байшұбар есімдерінің қалыптасу ерекшеліктеріне назар аударады. Сондай-ақ Бірлік, Екібай, Үштөбе, Жетісу, Тоғызбай сынды сан есімдер негізінде жасалған жалқы атауларды мысалға келтіреді. Сонымен бірге, ғалым араб, парсы, моңғол және орыс тілдерінен енген антропонимдік және топонимдік атаулардың да табиғатын қарастырған [195].

Қазақ лингвистикасында прецедентті есімдер, әсіресе фольклорға тән прецедентті антропонимдер алғаш рет Б. А. Абдыханованың ғылыми-зерттеу еңбегінде арнайы зерттелді. Зерттеуші бұл есімдерді көркем әдеби туындылар негізінде саралап, олардың тілдік және мәдени табиғатын ашуға тырысты. Бұл диссертациялық жұмыс фольклорлық прецедентті мәтіндерді қазақ тіліндегі ғылыми талдаудың алғашқы үлгілерінің бірі ретінде ерекшеленеді.

Прецедентті құбылыстардың түр-түрі неғұрлым көп болса, сол арқылы ұлттың өзіндік болмысы мен ұлттық тілдің дара сипаты айқын аңғарылады. Универсалды прецедентті есімдер де әр халықта әртүрлі бағалаумен, әртүрлі интерпретациямен беріледі. Мысалы Дон Кихот универсалды прецедентті есімі бірде әділетсіздікпен күресуші ретінде, бірде адалдықты ту етуші, бірде қияли, арманқуушы, енді бірде рыцарь бейнесінде сипатталады. Философияда «донкихотшыл» деген түсінік бар. Қолынан келмейтін іске ұмтылушы жан деген мағынаны береді. Қазақ әдебиетінде Қожанасыр атты кейіпкермен образы жақын келеді. Қожанасыр – қазақ күлдіргі әңгімелерінің басты кейіпкері, тарихи тұлға. «Қожанасыр (түр. *Nasreddin Hoca*) – Селжұқ сатирашысы, XIII ғасырда қазіргі Түркияның Ескішаһар (*Eskişehir*) ауданының Сиврихисардағы Хорту ауылында туылған, кейін Конияға жақын маңдағы Ақшаһарда (*Akşehir*) қайтыс болған. Оның өткір әрі күлкілі қалжыңдары мен ажуа сөздері түркі халықтары арасына кең тарап, жағымды аңыз тұлғаға айналған» (<https://kk.wikipedia.org/wiki>, 8.04.22). Оның да образы шығармаларда кейде аңғал, аңқау, ақымақ, кейде ақылды, дана, өткір тілді бейне ретінде суреттеледі. Қазақ тілінде де «Қожанасыр-ай», «Қожанасырдың ісі» сияқты ұғымдар бар. Аңқау, ақкөңіл, пейілі ақ адамға айтылатын сөз.

Қазақ халқының танымындағы Дон Кихот универсалды прецедентті есімінің интерпретациялануы баспасөз беттеріндегі мәтіндерден анық көрінеді. Мысалы, «Қазақ үні» газетінде Қ. Мұқаштың «Қазақтың Дон Кихоты» деген мақаласы шықты. Автор өмірі қоғаммен арпалысумен өткен, әділдікті ту еткен, өмірден қатты опық жеген атақты ақын Өтежен Нұрғалиевті Дон Кихотқа теңеп, мәтін атауын осылай берген. Ал «Қазақтың Дон Кихоты бар ме екен?» деген мақалада Дон Кихот образының екінші жақ бейнесі ашылған. Мақалада кітапқұмар баланың Дон Кихот сияқты реал өмірден алшақтап, қияли, әпенді болғаны жайлы жазылады. «Дон-Кихот вернулся домой» деген мақалада автор Дон Кихоттың рыцарлық бейнесін сөз еткен. «*Юрий Борисович Померанцев – корифей, старожил, добрый рыцарь Мельпомены... Он все-таки вернулся в родной театр...*» (15.06.2023) деп басталатын мақаласында мәдениет қайраткері Ю. Померанцевтің бейнесін тарихта рыцарь атанған Дон Кихот есімімен байланыстыруды жөн көрген.

Орыс әлемінің тілдік бейнесінде Дон Кихот универсалды прецедентті есімі жағымды мәнде жұмсалады. Дон Кихот осы ұлттың мәдени ерекшелігін көрсететін концепт есімге де айналған. Орыс тарихында Павл I император «Русский Дон Кихот» немесе «Русский Гамлет» есімімен белгілі болды. Ол жөнінде «Русский Дон Кихот»: за что современники не любили Павла I» деген мақала бар. Мұнда жас кезінен Сервантестің романдарын оқып өскен, қиялмен өмір сүрген I Павлдың бойында ар, намыс, абырой, жомарттық, әділдік сынды қасиеттерінің жоғары дамығаны жөнінде айтылады. Сондықтан да Наполеон император I Павлды «Русский Дон Кихот» деп атаған.

Дон Кихот – әлем мәдениетінде асқақ арманға, мұратқа ұмтылған, рухани ізденістің символына айналған әдеби кейіпкер. Осы бейнесін ашуды көздеген дирижер Д. Юровский концерттік бағдарламасында орыс Дон Кихотының ең романтикалық образ екенін дәлелдейді. Сұхбатында «*Каждый из нас немного Дон Кихот*» деген ойын білдіреді.

Ағылшын тілді интернет желілерінде Дон Кихот универсалды прецедентті есімі жиі кездеседі. «Don Quixote in the White House», «The Don Quixote of Pakistan has worsened the crisis», «John Delaney: Democratic Don Quixote or genuine American dreamer?» сияқты мақалалар өте көп. Мұндағы Дон Кихот универсалды прецедентті есімі бұрынғы АҚШ президенті Дональд Трампқа қатысты қолданылады. Неге олай деген сұраққа Kunjan Choksi атты қаржылық стратегтің «From Don Quixote to Donald Trump» мақаласынан жауап таба аламыз. «*So From President Donald Trump of America to Don Quixote of La Mancha, Spain...they are...Tilting at Windmills...Imaginary Enemies!*» (Сонымен, Америка президенті Дональд Трамптан бастап, Испаниялық Ла-Манчалық Дон Кихотқа дейін... олар... диірменге қарсы шабуылдауда... Қиялдағы жаулармен күресуде) (Kunjan Choksi, 29.12.2019) деген үзіндісін оқысақ, мәселенің жел диірмендеріне қатысты екенін аңғарамыз. Мақалада Д. Трамптың ақылға қонымсыз себептер айтып, жел және күн энергиясын жүзеге асыруға қарсы болған әрекеті сынға алынады. Осы оқиғадан соң Д. Трампты келемеждеп, Дон Кихот атайды. Мақалада бұл универсалды прецедентті есімінің жағымсыз, теріс мәні қолданылған.

Әр тілде Дон Кихот универсалды прецедентті есімінің дифференциялық сипаттамалары мен қоғамдық бағалаулары әртүрлі. Яғни әртүрлі мәдени ортада Дон Кихот онимінің біркелкілігі, бірізділігі жоқ екенін байқауға болады. «Это разрушает своего рода стереотипы об интернациональном характере универсально-прецедентных имен: у одного и того же прецедентного имени в одном из языков диапазон коннотаций может быть шире, чем в другом, или вообще отсутствовать» [150, б.20]. Бірақ мәтінді беруші журналистің де өз интенциясына байланысты прецедентті құбылыстар бірдей болмайды. Журналист болсын, оқырман болсын бұл құбылысты өзінің түсінігі, қабылдауы бойынша әртүрлі жақтан интерпретациялайды. Ең басты сипат автор прецедентті құбылысты қолданғанда алдымен ұлттық ментальділікті қосып, семантикасын өзінші толықтырады. Нәтижесінде прецедентті есімдер уақыт өте келе терең астарлы мағынасына байланысты бүкіл халық үшін ортақ танымал

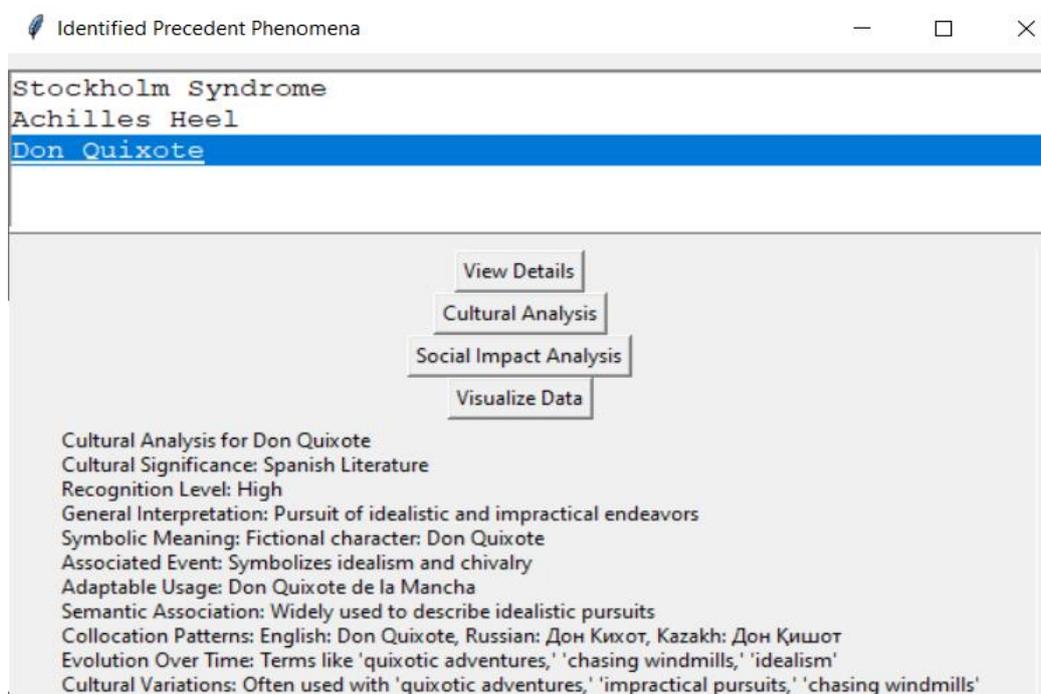
бейнеге, ұлт жадында орнығып, ұлттық мәдениеттің айшықты белгілерінің біріне, нақтырақ айтсақ символға айналады. Мұндай прецедентті есімдер жалпы ұлтқа танымал болады, ұлттық мәдениеттің негізгі сипатын береді және бір айта кететін жайт, «Прецедентті құбылыстар, әдетте, мәдениетке тән сипатқа ие. Бір мәдениетте немесе лингвомәдени қауымдастықта белгілі бір құбылыс нақты мағынаға ие болса, басқа бір мәдени ортада ол мүлде өзге коннотацияда қабылдануы мүмкін немесе тіпті ешқандай семантикалық мәнге ие болмауы ықтимал» [151, б.34].

Сонымен біз қарастырған мәтіндер бойынша Дон Кихот универсалды прецедентті есімінің когнитивті-семантикалық моделін былайша жасауға болады:

Кесте 8 - Дон Кихот прецедентті есімінің когнитивті-семантикалық моделін

Қазақ тілі – Дон Кихот	әділетсіздікпен күресуші, аңқау, ақкөңіл, пейілі ақ, аңғал;
Орыс тілі – Дон Кихот	асқақ арманға, мұратқа ұмтылған романтикалық образ;
Ағылшын тілі – Don-Quixote	өзін әдейі ақылсыз, ақымақ адам ретінде көрсететін бейне;

Ал Python бағдарламасындағы Дон Кихот универсалды прецедентті феноменінің сипаттамасы төмендегідей берілді (27-сурет):



Сурет 27- «Дон Кихот» прецедентті феноменінің сипаттамасы

Зерттелген бұқаралық ақпарат құралдарындағы прецедентті есімдер түрлі тәсілдермен – тақырыпатта қолдану, мағынасын өзгертіп бейімдеу, жалқы атаудан жалпылау, сұраулы сөйлем түрінде беру арқылы көрініс тапты. Бұл тәсілдердің әрқайсысының өзіндік қызметі бар: бірі ақпараттық мазмұнды нақты жеткізсе, екіншісі оқырманның назарын аудартуға бағытталған. Кейбірі эмоциялық әсер қалдыруға, оқырманды ойлантуға бағытталса, енді бірі мәтіндегі кейіпкер бейнесін тереңірек ашуға мүмкіндік береді. Сондықтан журналистер прецедентті есімдерді мақаланың мазмұнын өзекті етіп, оқырманға тиімді жеткізу құралы ретінде пайдаланады.

Журналистер прецедентті мәтіндерді белгілі бір мақсатты көздеп қолданады. Олар мұндай элементтерді газет-журнал тақырыптарында, телебағдарламалар мен жарнама мәтіндерінде жиі қолданады. Қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарында интертекстуалдылықтың деңгейі айтарлықтай артқан. Бұл, ең алдымен, журналистің өз материалын ерекшелендіру, оқырман назарын аудару және эмоционалды әсер тудыру үшін қолданатын стилистикалық тәсілдерінің бірі ретінде көрініс табады. Әсіресе мақал-мәтелдер мен фольклорлық кейіпкерлерді енгізу арқылы мәтіннің мазмұнын тереңдетіп, оны одан әрі өзекті ете түседі.

Жалпы алғанда, прецедентті есімдер – ұлттық дүниетанымның көрінісін беретін маңызды тілдік бірліктердің бірі. Олар арқылы ұлттың тарихи жады мен мәдени құндылықтары танылады. Ұлттық бейне кеңістігі тереңдеп зерттелген сайын, сол бейнеге сай прецедентті есімдердің де қатары молая түсетіні анық. Бұлар тек көркем әдебиетте ғана емес, қазіргі ақпарат құралдарында да белсенді қолданылып келеді. Журналист немесе автор өз мәтінінде осындай танымал есімдерді ұтымды пайдалану арқылы өз ойын жаңашыл түрде жеткізе алады.

Бүгінгі баспасөзде жеке тұлғаның бейнесін ашу мақсатында жалқы есімдер жиі ауыспалы мағынада қолданылады. Мұндай тәсіл арқылы автор кейіпкерінің мінез-құлқы мен әрекетін сипаттап қана қоймай, сол адамға деген өзінің көзқарасы мен бағасын да бейнелеп жеткізеді. Журналистер де прецедентті есімдерді мақалаларына арқау болған адамдардың іс-әрекетін көрсету үшін қолданады.

Мұндай баспасөз беттерінде келтірілген «Дон Кихот», «Стокгольм синдромы», «Ахилестің өкшесі» сияқты материалдар (прецедентті феномендер) журналистерге қазіргі саяси аренада болып жатқан жағдайларды салыстыру үшін қажет болды. Өткен тарихи оқиғаларға сүйене отырып, бүгінгі таңдағы саяси көшбасшыларымыздың іс-әрекеттерін бағалау, сынау мақсатында пайдаланды. Жалпы прецедентті мәтін өткен мен бүгінді байланыстырып тұратын құбылыс. Тарихи оқиғалар мен тұлғалардың есімдерін негізге ала отырып жазылған мәтіндер көбіне астарлы мағынаға ие болады. Мұндай прецедентті мәтіндер оқырман санасында белгілі бір ассоциациялар туындатып, олардың мағынаны тереңірек түсінуіне жол ашады. Бұл өз кезегінде лингвомәдени, тарихи және мәдениетаралық байланыстардың жандануына және олардың танымдық деңгейде белсендірілуіне ықпал етеді.

Жүргізілген зерттеулердің нәтижесі бойынша қарастырып отырған универсалды прецедентті феномендер қазіргі қазақ, орыс, ағылшын тіліндегі интернет, газет мәтіндерінде ешбір түсіндірусіз қолданылады. Білім алушылар арасында прецедентті құбылыстардың танылуын анықтау үшін жүргізілген сауалнамаға респонденттердің жауаптары әртүрлі болды. Қазақтілді аудиториямен салыстырғанда, орыстілді жастардың аллюзия, реминисценция, тұрақты тіркестер, идиомалар мен метафоралық құрылымдарды қабылдап, түсінуі әлдеқайда жеңіл әрі жылдам жүзеге асатыны байқалады. Әлемнің тілдік бейнесіндегі «Дон Кихот», «Стокгольм синдромы», «Ахилестің өкшесі» универсалды прецедентті феномендерінің кез келген ұлттың мәдениетінде де маңызды орын алатынын байқауға болады. Бірақ «бұл прецедентті құбылыстардың әрқайсысын қабылдаудың өз инварианты бар, яғни белгілі бір лингвомәдени қоғамда өмір сүретін адамдар олардың сол қоғамда қалыптасып қалған белгісімен таныс болады. Сол себепті прецедентті құбылыстарды тез танытатын ең негізгі, ең басты, сонымен қатар ең қарапайым, ең қысқа белгілерін есте сақтап, қажет жағдайда оларды өз мақсатына қолдана алады. Әр қолданушының ұлттық бітім-болмысына, діліне, интенциясына, конситуацияға байланысты бұл прецедентті құбылыстардың вербалдануы ешқашан бірдей болып шықпайды. Әр адам, мейлі ол оқырман болсын, мейлі қаламгер болсын, сол инвариантты қабылдаудың үстіне өз қабылдауын, түсінігін, бояуын қосып, өзінше интерпретациялайды. Сондықтан да әр қаламгер прецедентті құбылыстарды өз шығармасына кіргізгенде, олардың шығу тегіне қарамай, қайтсе де өзінің ұлттық ментальділігін қосатыны сөзсіз» [4, б.147]

### **3.2 Ұлттық прецедентті феномендердің газет мәтініндегі репрезентациясы**

Мерзімді басылым беттері қоғамдық пікір мен ұлттық санадағы өзекті мәселелерді қамтитын ақпараттық құрал болғандықтан, онда ұлттық жад пен мәдени кодтар жиі көрініс табады. Осы тұрғыдан алғанда ұлттық прецедентті феномендер публицистикалық дискурстағы ұлтқа тән тарихи, әдеби, мәдени, діни және әлеуметтік құндылықтар мен оқиғаларды білдіретін тілдік құралдар болып табылады. Соның ішінде газет беттерінде ұлттық прецедентті есімдер өте жиі қолданылады. Ғалым Б. А. Абдыханова зерттеу жұмысында мұндай есімдерді фольклорлық прецедентті есімдер деп атайды. Олардың көркем шығармада берілуін мынадай тәсілдер арқылы көрсетеді. 1) фольклорлық прецедентті трансформациялап енгізу; 2) фольклорлық прецедентті тақырыпат түрінде жұмсау; 3) фольклорлық прецедентті көптік мағынада жұмсап жағымсыз эмоция тудыру; 4) жалқыдан жалпыға өткен фольклорлық ілкі антропонимдер; 5) сұраулы сөйлем арқылы түзілген прецедентті мәтіндер; 6) теңеу арқылы берілген прецедентті есімдер; 7) экспрессивті-бағалауыштық метафора арқылы берілген прецедентті есімдер; 8) контекстуалдық антонимдерді пайдалану тәсілі. Зерттелген бұқаралық ақпарат құралдарында фольклорлық прецедентті есімдер әртүрлі тәсілдермен: тақырыпта қолдану, мағынасын өзгерту, жалқы есімнің жалпылық мәнге ие болуы немесе сұраулы

мағыналық құрылымда берілу арқылы қолданыс тапқан. Бұл тәсілдердің әрқайсысы мәтіннің қызметіне қарай түрліше әсер етеді: бірі нақты ақпарат беруге бағытталса, енді бірі оқырманның назарын аудартатын тілдік амал ретінде қызмет етеді. Кейбірі оқырманның көңіліне ой салып, эмоционалдық ықпал етуге ұмтылса, тағы бірі кейіпкер бейнесін тереңірек ашуға мүмкіндік береді. Сондықтан журналистер прецедентті есімдерді өз мәтінін мағыналы, әсерлі әрі тартымды етіп жеткізу үшін тиімді құрал ретінде пайдаланады.

Прецедентті есім – белгілі бір ұлттың немесе мәдени қауымдастықтың тілдік санасында тарихи, әдеби, мифологиялық, діни немесе қоғамдық тұрғыдан кең танымал болған тұлғалардың есімі ретінде орныққан және қолданылған кезде сол тұлғамен байланысты тұрақты мәдени-танымдық ассоциацияларды туындататын жалқы есім. Прецедентті есімдер – ұлттың тілдік және мәдени дүниетанымын қалыптастыратын маңызды элементтердің бірі. Әсіресе фольклор негізіндегі прецедентті есімдер арқылы әр халықтың өзіндік ерекшелігі, рухани байлығы мен тарихи тамыры айқын аңғарылады.

Журналистер прецедентті мәтіндерді шығармашылықта кездейсоқ емес, белгілі бір мақсатпен қолданады. Олар мұндай элементтерді газет-журналдардың тақырыптарында, телебағдарламалар мен жарнама саласында жиі пайдаланып келеді. Соңғы жылдары баспасөз мәтіндерінде интертекстуалдылықтың қарқын алуы осыны дәлелдейді. Журналистер оқырманның назарын аударып, эмоциялық әсер қалдыру үшін стилистикалық амалдар мен прецедентті құрылымдарға жүгінеді. Әсіресе мақал-мәтелдер мен халық ауыз әдебиетінің кейіпкерлерін қолдану арқылы материалдың маңызын арттыра түседі. Мысал ретінде, түркі халықтарына ортақ «Алпамыс батыр» эпосын айтуға болады. Бұл шығарма түрлі халықтар тілінде әртүрлі атаумен танымал: өзбекше – «Алпамыш-батыр», башқұртша – «Алпамыш пен Барсын хылду», татарша – «Алпамша», алтайлықтарда – «Алып Манаш». Осы эпостың атауына байланысты зерттеушілер «Алпамыс» сөзінің түп-төркінін «Алып Манаш», «Бамсы», «Алпамыш» сияқты формалармен байланыстыра отырып этимологиялық талдаулар жүргізіп келеді. Р. С. Амренова мен И. С. Каирбекова өздерінің «Қазақ халқының мәдени кеңістігі» атты лингвомәдениеттанымдық сөздігінде прецедентті мәтіндерге, айтылымдарға және прецедентті есімдерге қатысты бірқатар мысалдарды жинақтап ұсынады. Ғалымдар Алпамыс есімін прецедентті антропоним ретінде талдай отырып, оның тарихи-мәдени маңызын ашу мақсатында академик Ә. Марғұланның еңбектеріне жүгінеді және ғалымның көзқарасын арнайы атап көрсетеді. «Алпамысты оғыз эпосының бізге жеткен нұсқасы дей келе, Әбілғазының айтуынша, Мамаш (Бамыш, Бамыс, Бамсы, Алып Мамыш, Алпамыс) оғыздың бір бегі, оның әйелі Баршы сұлу («Алпамыс» жырындағы Гүлбаршын) – оғыздарға аты шыққан даңқты жеті қыздың бірі», - деп жазады. Әрине бұл пікір әлі де тарихи-этимологиялық тұрғыдан тереңірек зерттеуді қажет етеді. Оны Қалмыш (Рашид ад дин шежіресінен), Тоғурмыш, Қармыш, Өгдүлміш, Оғдұрмыш («Құтты білік») және Алпамыш деп, бір сөз тудырушы модель жүйесінде қарауға болады. Ал

лингвомәдени аспектіде қарастырып, оны алып Мамыш деген этноантропоним ретінде анықтауға болады» [160, б.13].

«Алпамыс батыр» жыры және оның басты кейіпкері Алпамыс туралы қазақ басылымдарында жарық көрген мақалалар саны аз емес. Солардың бірі – Б. Оңғарбаевтың «Алпамыс батырды ардақтай алдық па?» атты мақаласында автор батырлықтың, ерліктің нышаны ретінде танылған Алпамыс есімінің қазіргі замандағы дәрежесі мен қадір-қасиетіне ой жүгіртеді. Журналист бұл есімді жас ұрпақтың санасына рухани мұра ретінде сіңіру үшін еліміздің әр өңірінде бой көтеріп жатқан ескерткіштер мен батырдың атымен аталған білім ордалары туралы мәліметтерді алға тартады.

Ал мына мақалаларда Алпамыс интертекстуалды байланыс болып тұрғаны байқалады, яғни бұл прецедентті есім түрлі мақсатта медиамәтінге енгізілген. Мысалы <https://oinet.kz> сайтында жарияланған «Қазақтың әрбір ұлы Алпамысқа, қызы Қыз Жібекке ұқсаса деймін» атты мақалада елімізде дамуы кенже қалған анимация саласы сөз болады. Автор шетелдік «Человек Паук», «Шрек», «Черепашка Ниндзя» сынды мультфильмдердің орнына жас ұрпақты ұлттық рухта тәрбиелейтін, патриоттық сезімін оятатын отандық туындылар – «Алпамыс батыр», «Қыз Жібек», «Мұңлық-Зарлық», «Қанатты барыс туралы аңыз» секілді мультфильмдерді телеарналарда кеңінен көрсету қажеттігін алға тартады. Сондай-ақ мақалада *«Қазақтың әр ұлы Алпамыстай ержүрек, әр қызы Қыз Жібектей парасатты болып өссе екен»* деген ізгі тілек білдіріледі.

С. Әбдірашұлының «Қазақтың Қажымұқаны» деген мақаласы *«Ұлы даланың енапат кеңдігіндей, тұлғасы алқам-салқам, қазақ деген халықтың барын әлемге бір газырдан аса уақыт бұрын әйгілеген, астамсыған ұлттар мен елдердің аптығын алып күшімен басқан, Алпамыстай апайтөс денелі, Қобыланды батырдай қыпшақтың жұрнағы, күш атасы – Қажымұқан Мұңайтпасұлы 140-ке толып отыр. Осы уақыттың ішінде ондай ұлы тұлға қазақ түгілі түркітектес пенделер арасында қайта туылмапты»* ([https://abai.kz.](https://abai.kz), 16.05.11) деп басталады. Мәтінде автор халықтың тарихи жадын, эпикалық кейіпкерлерін, ұлттық символдарын пайдалана отырып, Қажымұқан Мұңайтпасұлын мифтік деңгейге көтеріп отыр, яғни эпостарға сілтеме жасаған. Бұдан бөлек ұлттық-идеологиялық интертекст «Ұлы дала» тіркесі, «Күш атасы» деген мақал-мәтелге сілтеме, Қажымұқанның деңгейін көтеру үшін ұлғайту тәсілі қамтылған. Мұндай интертекстуалдылық құралдар Қажымұқанды тариха тұлғадан ұлттық мифке айналдыру үшін қолданылған.

Прецедентті есімдер – ұлт санасында терең орныққан, ұлттық танымда ерекше маңызға, жоғары деңгейдегі символдық мәнге ие тілдік әрі мәдени белгілер. Олар тарихи, әдеби немесе мифологиялық негізде қалыптасып, ұлттық көріністі береді. Мұндай прецеденттік есімдер ұлттық мәдени кодтың бір бөлігіне айналып, ұжымдық жадыда сақталып отырады. Олар көбіне асқан батырлықтың, адалдықтың, қайсарлық пен ерліктің үлгісі ретінде қабылданады. Мысалы, Алпамыс батыр есімі – қазақ халқының ауыз әдебиетінде ғана емес, жалпы мәдени-тарихи кеңістігінде де ұлттық батырдың жинақталған бейнесі, ерлік пен әділеттің символы ретінде орныққан. Бұл есімнің прецеденттілігі тек

танымалдықпен шектелмей, оның мәтіндерде жиі қолданылуы, ассоциативтік деңгейде танылуы және мәдени белгі ретінде қызмет етуімен ерекшеленеді.

Тағы бір прецедентті есім – Ер Төстік. Халық ертегісі «Ер Төстік» шығармасының басты кейіпкері Ер Төстік – ақылды, ержүрек, батыл, мерген, нағыз батыр. Осы қасиетін бағалаған әкесі Ерназар байдың «Менің сегіз ұлым бір төбе, Төстігім бір төбе» деген қанатты сөзі бар. Бұл біздің халық танымында қалған үлкен мағынасы бар, мәні бар тіркес. Көбінесе бұл сөзді ата-аналар жетістікке жетіп, елінің мақтанышы болған, халқының намысын қорғаған, ерекше үміт артып, үмітін ақтаған баласына арнап айтады. Дәлел ретінде журналист Нұрболат Әлдибековпен болған еліміздің даңқты боксшысы Ермахан Ыбырайымовтың әкесі Сағи Ыбырайымовтың сұхбатын келтіре аламыз. Ұлының жетістігін қуана отырып баяндап берген әкесі «Тоғыз ұлқызым – бір төбе, Ермаханым – бір төбе» («Ақ жол», 16.05.16) деген тіркесті келтіреді және осы сөзді журналист сұхбаттың тақырыбы етіп алған.

Сол сияқты ертегіде Ер Төстіктің жары Кенжекей сұлудың да бейнесі суреттеледі, жырда Кенжекейдің аса сұлу, аса ақылды ару екені көрінеді. Кенжекейдің анасы да «... ана қыздарым бір төбе, Кенжекейім бір төбе» деген . Осы мәселе жөнінде Ұмтыл Зарыққанның «Кенжекейім бір төбе...» (<https://adebiportal.kz>, 26.06.22) әдеби зерттеу мақаласы бар. Мұнда Түрік халықтары ертегілеріндегі «Кенже бала» ұғымы зерттеледі. Қазақ, қырғыз, ұйғыр халықтарындағы ұрпақ мәселесі, яғни қара шаңырақ иесі, бір әулеттің ұйытқысы болатын кенже бала түсінігін аша түскен мақала тақырыбы да Кенжекей прецедентті есімімен қойылған.

Батырлық пен ерлікті дәріптейтін халық ауыз әдебиеті үлгілерінде Ер Төстік пен Алпамыс батыр секілді Толағай есімді аңыз кейіпкері де ерекше орын алады. Аңыз желісіне сүйенсек, Толағай жұт кезінде халқын аман алып қалу мақсатында алып тауды көтеріп, ауылына жеткізеді, алайда сол ерлік жолында қаза табады. Осы оқиғадан кейін сол тау Толағай есімімен аталып кеткен.

«Қазақ әдебиеті» газетінің 2023 жылғы 23 қаңтардағы санында Қуат Қиықбайдың «Толағайдан шыққан Толағай» атты мақаласы жарық көрді. Бұл мақалада автор ақын Айбек Сапышевтың шығармашылығына арнайы тоқталып, оның туған жеріне деген махаббатын жырларынан мысал келтіре отырып сипаттайды. Журналист мақаланың соңында: *«Кіндік қаны тамған Толағайдың етегін, сол тауды жырлап, өзі де өлең әлеміндегі Толағайға айналды»* деп түйіндейді. Осы жолдар мақаланың атауы неге дәл осылай қойылғанын анық аңғартады.

dalanews.kz сайтына шыққан журналист Н.Әубәкірдің «Толағай» атты мақаласының атауы өте дәл және әсерлі таңдалған. Мақала қазақ спортының мақтанышы, Олимпиада чемпионы Илья Ильинге арналады. Ел намысын қорғап, ауыр атлетикада биік жетістіктерге жеткен спортшыны «Толағай» деп атау – оны халықтың батыры, ел рухын көтерген тұлға ретінде тану деген сөз. Журналист материалын жүрекке жететін мынадай жолдармен түйіндейді: *«Миллиондаған қазақстандыққа қуаныш сыйлап, мақтаныш сезімін оятқан*

Толағайымыз – Ильяны біз ешқашан ұмытпаймыз. Ол – нағыз чемпиондардың чемпионы ретінде жадымызда мәңгі қалады» (<https://dalanews.kz.>, 19.08.17).

Бұған дейін сөз болған халық ауыз әдебиетіндегі кейіпкерлердің барлығы – елі үшін жанын аямаған, ерлігімен ерекшеленген батырлар. Олар қайраттылығы мен батылдығы арқылы халық жадында сақталып, елге қорған болған тұлғалар ретінде танылады. Бұл батырлардың бейнелері арасында ортақ сипаттар көп. Осыған байланысты Алпамыс есімі де прецедентті есім ретінде қарастырып, оның құрылымын В. В. Красных ұсынған үлгі бойынша келесі түрде сипаттауға болады (Сурет 28):



Сурет 28 - Алпамыс прецедентті есімінің құрылымы

Ер жігіттің кейпі Алпамыс, Ер Төстік, Қобыланды, Қозы Көрпеш, Толағай батырлар арқылы танылса, қазақ қоғамындағы ару қыздың бейнесі Қыз Жібек, Баян Сұлу, Алпамыстың жары Гүлбаршын, Қобыланды батырдың жары Құртқалар арқылы көрініс табады. Бұл аруларды қазақ қыздарының идеалы десек болады. Олар қазақ әйелінің бойындағы барлық асыл қасиетті жинақтаған образдар. Журналистер махаббат, адалдық, тазалық, сұлулық тақырыбын қозғағысы келсе, осы прецедентті есімдерді міндетті түрде қолданады. Мысалы, «Орталық Қазақстан» газетіне «Қыз Жібек» фильмінде Жібектің рөлін сомдаған Меруерт Өтекешеваға арналған «Қазақтың Қыз Жібегі» атты Ж. Шалқардың мақаласы шықты. Сол сияқты 8-наурыз мерекесі қарсаңында әйелдер қауымына арнап жазылған «Қыз Жібек – қазақ аруының символы» (<https://adebiportal.kz.>, 05.03.18) деген мақалада нәзік жандылардың қасиеті мен қадірі баяндалады. Журналист мақала соңында «Қыз Жібек – қазақ қызының бар қасиетін гана емес, бүкіл қасиетін де бір бойына жинап, бүгінге мүлтіксіз жеткен арғы заманның асыл кейіпті аруы екен...» (<https://adebiportal.kz.>, 05.03.18) деген тұжырым жасайды. Шынымен Қыз Жібек және Төлеген эпостағы, кинодағы

махаббат символы бола білсе, осы образдарды сомдаған Меруерт Өтекешова және жары Құман Тастанбеков өмірдегі махаббат символы. Кино түсіру алаңында пайда болған сезімдері үлкен махаббатқа ұласып, есімдері қазақ жастарына үлкен үлгі болып қалды. Махаббат символы саналатын Қозы Көрпеш пен Баян сұлу, Қыз Жібек пен Төлегендердің өміріне қастандық жасап, берекелерін қашыратын Бекежан сияқты ұнамсыз жыр кейіпкері де бар. Қодар, Бекежан прецедентті есімдері қазақ фольклорында ұнамсыз, пасық адам ретінде суреттеледі. Ал газет беттеріндегі келтірілген мақалалардан керісінше бейнені көреміз. «Әшірбек Сығай: Төлегендер жинақы жүру үшін, Бекежандар керек» деген «Ана тілі» газетіндегі мақаланың мазмұны екі тілде сөйлейтін билік пен халық жайлы. Мәдениет саласындағы өнерді түсінбейтін азаматтардың жүргенін айтып, Төлегендер жинақы жүру үшін, Бекежандар керек екенін айтады. «Ғашықтар күні немесе «Төлегендер» көп, «Бекежандар» қайда?» атты мақалада «Қыз Жібек» дастаны, махаббат тақырыбы талданады. Мақала соңы *«Ал махаббат жолында жанын қиған, жан қиюға баратын ерлік бізден жоғалғалы қашан? Тәуелсіз ел болғаннан бері талай «Жібектеріміз» жат елдің «Төлеген мырзаларына» еріп кетіп жатқаны намысқа басып, алып қалуға талпынатын «Бекежандардың» жоқтығы да!!!»* (АТ., 31.03.22) деген сөйлемдермен аяқталады. Байқағанымыздай қазіргі публицистикада Бекежан образы трансформацияға түскен. Шығарма, кино, қойылымдарда да Бекежан образы жағымсыз мәнде танылған болса, бұл мақалада сол Бекежан образының қажеттілігі жазылған. Сол сияқты журналист мақаласында Бекежан және Төлеген прецедентті есімдерінің жалқыдан жалпыға өту тәсілін қолданған, солай кейіпкерлердің қандай да бір жағымды не жағымсыз қасиетін бейнелеп берген. Прецедентті есімдерді мұндай әдіспен қолдану арқылы автор оқырманның қабылдауын одан әрі күшейтіп, әрі оқырманның бағалауын күтеді және өзінің объективті және субъективті көқарасын танытады.

Шығыс халықтарының фольклорында жиі кездесетін бейнелердің бірі — Атымтай Жомарт. Ел аузында жомарттығы мен кеңпейілділігімен сақталған бұл тұлға – шын мәнінде тарихта өмір сүрген адам. А. Қасымның «Атымтай жомарт кім болған?» (<https://islam.kz>, 10.05.21) атты танымдық мақаласында бұл кейіпкер жайлы нақты деректер келтіріледі. Түпнұсқада оның есімі «Хәтим Тай» ретінде белгілі, ал қазақ тілінде Атымтай Жомарт деп аталып кеткен. Ол – VI ғасырда өмір сүрген араб ақыны, тіпті оның есімі Мұхаммед пайғамбардың (с.а.у.) хадистерінде де аталады. Қазақ фольклорында Атымтай Жомарт жомарттықтың символы ретінде танылып, байлық пен батырлықтың иесі ретінде сипатталады. Бұл кейіпкер жайлы халық шығармалары мазмұны мен құрылымы жағынан үш түрлі топқа бөлінеді: 1) оның жомарттығы мен өмір жолын баяндаған қысқа хикаялар; 2) байлығын сипаттайтын қиял-ғажайып ертегілер; 3) кедейлікте жүріп те жомарттық танытқан Атымтай туралы тұрмыстық ертегілер.

Атымтай Жомарт есімін В. Красных ұсынған құрылымдық модельге сәйкес келесі түрде сипаттауға болады:

Атымтай жомарт прецедентті есімінің құрылымы:

I Дифференциалды белгілері:

- 1) жағымды кейіпкер;
- 2) жомарт;
- 3) мейірімділік пен адамгершілікті дәріптеуші кейіпкер;

II Атрибуттары (төлсипаттары):

- 1) қоғамда құрметке ие бай адам;
- 2) ақын-жырау ретінде де танымал;
- 3) батыр ретінде бейнеленеді;
- 4) Ы. Алтынсариннің әңгімелерінде кездеседі;

III Прецедентті есім жайлы жеке түсінік:

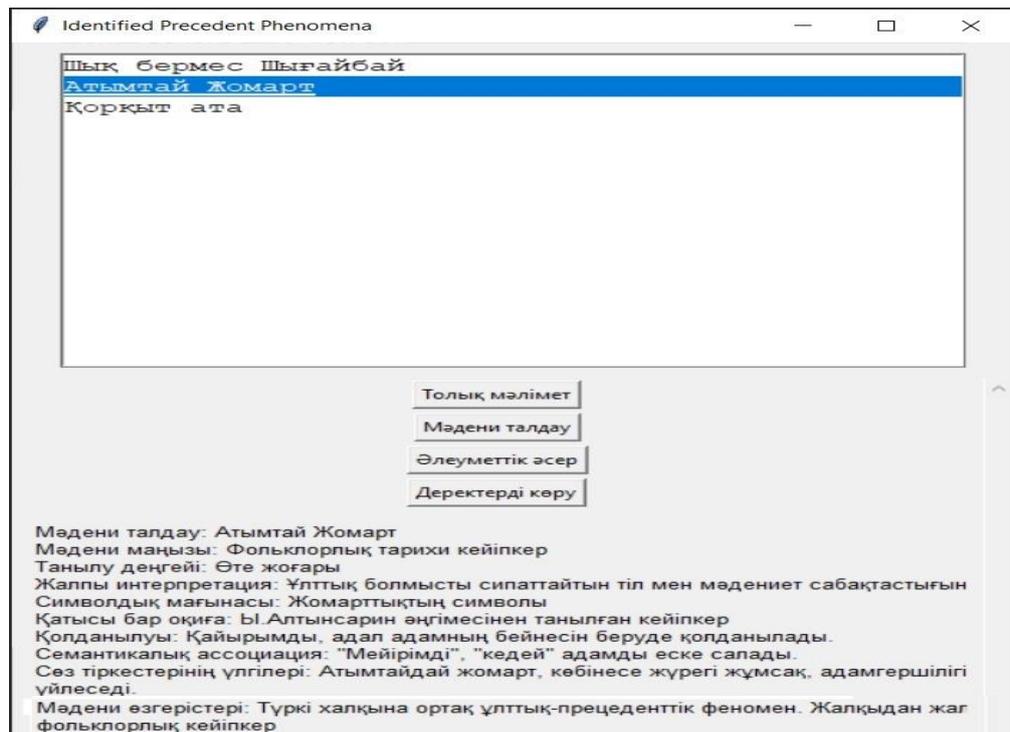
Қазақ дүниетанымында түркі халықтарына ортақ Атымтай Жомарт бейнесі – жомарттықтың, кеңпейілділіктің символы ретінде танылған фольклорлық кейіпкер. Алайда бұл есім қазіргі ақпараттық кеңістікте мағыналық тұрғыдан екіұшты мәнге ие болып отыр. Яғни, семантикалық жағынан энантиосемия құбылысына ұшыраған. Қазіргі журналистер бұл атауды бұрынғы жағымды мәнінен бөлек, керісінше, кекесінмен, сын тұрғысынан да қолдана бастады. Мұндай қолдану үлгілері төменде талданатын мақалалардан айқын көрінеді.

Қазақ тіліндегі ақпарат кеңістігінде Атымтай Жомарт есімімен байланысты мақалалар көп кездеседі. Солардың бірі – Ж. Мәуленұлының меценат Махмұт Ыбырайханұлы Нәлібаевқа арналған «Бүгінгі заманның Атымтай жомарты» («Қазақ», 30.05.22) атты мақаласы. Мұнай-газ саласының өркендеуіне үлес қосқан, сондай-ақ «Қазақ» газетінің қайта жандануына себепкер болған ұлт жанашырына журналист осы тарихи прецедентті есімді теңеу ретінде қолдануды орынды деп тапқан.

Ы. Алтынсарин әңгімесінде Атымтайдың жомарттығын келешекке үлгі ету үшін жазып қалдырса, қазіргі таңда журналистер Атымтай жомарт есімін кері мағында қолданып жүр. Шенеуніктердің қате істерін бұқара халыққа әшкере қылу мақсатында бұл прецедентті есімді жиі тақырыпатқа қосып отырады. Мысалы, Т. Жақаштың «Әй, атымтай жомарттар-ай, бір қытайға татымадыңдар!» (ЖА., 19.03.20) деп аталатын мақаласында коронавирус індетіне бөлінген қаржы туралы айтылады. Журналист ауруға қарсы күреске Қытай миллиардері Джек Маның өзінің жеке қорынан 14 млн 400 мың доллар бөлгенін алға тартып, ал біздің кәсіпкерлердің аударған ақшаларын азсынып, қиын сәтте еліне қолдау көрсетпегендерін сынға алады.

Біз «Атымтай» атауын прецедентті есім деп алдық. Ал зерттеуші А. Амирбекова «прецедентті парафраза» дейді де, осындай жаңа парафразалардың уақыт өте келе тілде тұрақты қолданысқа ие болатынын айтады [196]. Ары қарай Қаракөздер, Қарабайлар, қарадомалақтар, жаутанкөздер деген парафразалардың БАҚ мәтіндеріндегі қолданысына тоқталады.

Сонымен қатар Python бағдарламасындағы Атымтай Жомарт ұлттық прецедентті феноменінің сипаттамасы төмендегідей берілді (29-сурет):



Сурет 29 - «Атымтай Жомарт» прецедентті феноменнің сипаттамасы

Қазақ халық ауыз әдебиетінде Атымтай Жомарт есімі жомарттық пен қайырымдылықтың бейнесі болса, оған мүлде қарама-қарсы мағынада сараңдықтың нышаны ретінде Шығайбай есімі қалыптасқан. «Шығай» сөзі көне түркі тілінде «кедей» деген ұғымды білдіреді. Бұл атаудың түп-төркініне байланысты белгілі тілші-ғалым Ә. Қайдар, этнолингвистика саласын зерттей отырып, осы сөздің шығу тегіне ерекше назар аударады: «Шығай - шығай сөзі қазақ тілінде екі формада сақталған: біреу – жалқы есім құрамындағы шығай – Шығайбай (яғни Кедейбай, Шық бермес Шығайбай, - «дым таттырмайтын кедей, жұтаған бай») болады да, екіншісі – шыған: ол қазақ тіліндегі шығаннан шыққан кедей деген фразеологизм құрамында ғана кездеседі. Сонда ол – «кедейден шыққан кедей» немесе «кедейдің кедейі» деген мағынаны білдіреді. Ал шығай мен шыған – төркіндес, бір сөздің екі түрлі этимологиялық нұсқасы екенін «Көне түркі сөздігінен» анық көруге болады» [196, 197]. Бұл атаудағы «й» мен «н» дыбыстарының айырмашылығы көне түркі тілдеріне тән сөз соңындағы фонетикалық заңдылықтарды көрсетеді. Шығайбай бейнесі халық жадында «Алдаркөсе мен Шықбермес Шығайбай» атты танымал аңыз арқылы қалыптасқан. Бүгінгі таңда бұл есім тек жағымсыз сипатта – сараң, дүниеқоңыз адамды бейнелеу үшін қолданылады. Мысалы, <https://kaz.zakon.kz> (28.01.22) сайтында жарияланған мақалада Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев «Қазақстан халқына» қорына бірде-бір ауқатты азамат қаржылай қолдау көрсетпегенін сынға алып, мұндай жомарттықтан тыс қалғандарды «шықбермес Шығайбайлар» деп атады. Ал «Атырау» газетінің 2022 жылғы 20 қаңтардағы санында жарық көрген «Жері жоқ, малы көп «Шығайбайлар» көбейді» атты мақалада жайылым мен мал иелерінің арасындағы күрделі

мәселе қозғалады. Сондай-ақ Қ. Зарыққанқызының «Жас Алаш» газетінде жарияланған «Парламенттегі «Шығайбайлар» депутаттардың қылығы халықтың қабырғасына батып жүр» (ЖА., 09.06.20) атты мақаласында елдің мұң-мұқтажына немқұрайлы қарайтын халық қалаулылары сынға алынады. Журналист Г. Омарова да «Шығайбайлар неге шыж-быж?» деген мақаласында мемлекеттік мүддеден жеке мүддені жоғары қоятын байлардың бейнесін сөз етіп, ойын былайша қорытады: *«Қоғамдағы байлар мен кедейлердің арасы тым алшақтаған сайын, байлардың қайырымдылығына, кедейдің қанағатшылдығына деген сенім де азая түсетін сыңайлы...»* (<https://turkystan.kz>, 1.10.11). Сол сияқты біздің журналистер тіпті спорт саласында да Шығайбай прецедентті есімін қолданады: Ливерпуль - Челси. Немесе «Робин Гуд» пен «Шық бермес Шығайбайдың» айқасы». 2016-17 жылдың әлемдегі телевизиялық келісім-шарты қымбат лигасының үздігін анықтау үшін бірнеше футбол командаларына тоқталған журналист бұл тіркесті «Челсиге» қатысты пайдаланады. *«Ливерпульді қазір британдық басылымдар «Робин Гуд» деп әзілдеп атайды. Мықтылардан ұпай тартып алып, ортанқол клубтарға таратып береді. Ал Челсиді мен «Шық бермес Шығайбай» деп қағызтамын. Өйткені, 22 турда 18 жеңіс, 1 тең түскен, тек 3 рет жеңілген»* (<https://massaget.kz>, 31.01.17) деп мақала аяқталады. Яғни журналист жеңілуді білмейтін, жеңісті бөліспейтін командаға Шығайбайдың есімін беруді жөн көреді.

Сараңдық – адамзат тарихында барлық кезеңдерде теріс бағаланған қасиеттердің бірі. Бұл туралы түрлі дәуірдің ойшылдары өз еңбектерінде ашық айтып отырған. Мәселен, өзбек классигі Әлішер Науаи: «Сараң – пайғамбардың жиені болса да, жұмаққа кірмейді» деп қатты сын айтса, «Дивани лұғат ат-түрік» еңбегінің авторы Махмұд Қашқари мұндай адамдарды: «Өзі ішпей-жемей мал жиған сараң күнін қараң етеді» деп әжуалаған. Ахмет Йүгнеки де сараңдықты айыптап, «Сараң – малдың құлы», «Беруге келгенде сараңның қолы қатты» деп, мұндай мінездің адамды рухани кедейлікке, ашкөздікке, адамгершіліктен алшақтауға апаратынын ескерткен. Қазақ халқы да сараңдық ұғымын белгілі фольклорлық кейіпкер Шықбермес Шығайбай образы арқылы бейнелеп, бұл тақырыпты поэзияда да, прозада да, ауыз әдебиетінде де кеңінен ашып көрсеткен.

Шығайбай прецедентті есімінің құрылымы:

I Дифференциалды белгілері:

- 1) жағымсыз кейіпкер;
- 2) сараң;
- 3) дүниеқоңыз, ашкөз тұлға;

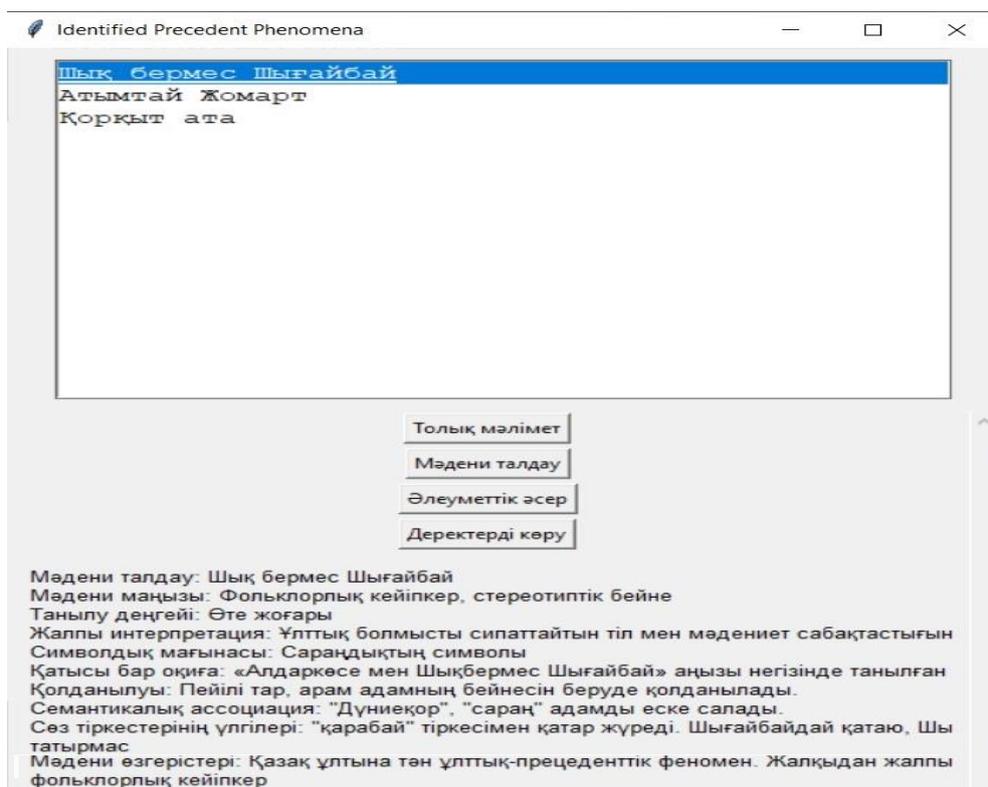
II Атрибуттары (төлсипаттары):

бай, аса дәулетті; «Алдар Көсе мен Шығайбай» ертегісінің кейіпкері.

III Прецедентті есім жайлы жеке түсінік:

Қазақ дүниетанымындағы жалқыдан жалпыға айналған фольклорлық кейіпкер, сараңдықтың символы.

Ал Python бағдарламасында Шық бермес Шығайбай ұлттық прецедентті феноменінің сипаттамасы кеңірек берілді (30-сурет):



Сурет 30 - «Шық бермес Шығайбай» прецедентті феноменнің сипаттамасы

Асан Қайғы – қазақ фольклорында ел есінде сақталып аңызға айналған тарихи тұлға, ұлттық прецедентті есім. XIV ғасырда өмір сүрген жырау ел тағдырын ойлаған дана тұлға ретінде бейнеленеді. Аңыз бойынша, ол Желмаясына мініп, халқы қоныстануға қолайлы, жері шұрайлы, суы мол, бейбіт әрі берекелі мекен – Жерұйықты іздеп ел аралаған. Ол Қазақстанның әр аймағын аралап, әр өңірге өзіндік сипаттама берген. Д. Жанатаевтың «Асан қайғының Жерұйықты іздеу себебі неде?» атты мақаласында Асан Қайғының тұлғалық болмысы сипатталады. Автор Ш. Уәлиханов пен Г. Потаниннің еңбектеріне сүйене отырып, «Ел айрылған», «Асан қайғы», «Желмаяның жүрісі», «Зар» секілді күйлер жайлы да мағлұмат береді. Мақала соңы «Ол – ұлттық тұлға. Ол өз халқына бақыт тіледі, оның болашағын ойлап қайғыға батты. Сол себептен Асан Қайғы атанып тарих беттерінде есімі қалды. Тереңдей үңілгенде Асан Қайғы бабамыз, бүгінгі қазақ мемлекеттігінің дипломатиялық мектебін қалыптастырды» (<https://adyrna.kz>., 02.02.20) деген ойлармен аяқталады.

Ғалым Р. С. Амренова мен И. С. Каирбекова Асан қайғының прецедентті есім болу үшін мынадай белгілерін көрсетеді: «1. Асан қайғы – қазақ халқының аңыздарында адам үшін күрескен, аты аңызға айналған негізгі кейіпкердің бірі; 2. Кең тараған ерлер антропонимі; 3. Халықтың қамын ойлаушы, дала

философы, саяхатшы; 4. Стереотиптік бейне; 5. Адамды сипаттау үшін қолданылуы мүмкін» [158, 14].

Біз жасаған Асан Сәбитұлы прецедентті есімінің құрылымы төмендегідей:

I Дифференциалды белгілері:

- 1) ақылгөй жырау
- 2) әділ би, терең ойлы философ
- 3) күйші

II Төлсипаттар:

Асан Қайғы, бақсы, «Көшпелілер философы».

III Прецедентті есім жайлы жеке түсінік:

Қазақ мәдени санасында түркі әлеміне ортақ мифтік-батырлық кейіпкер ретінде танылған, елдің болашағын ойлап, Жерұйық атты құтты мекенді іздеген тарихи-аңыздық тұлға.

Асан Қайғы бабамыздың басты арманы халқы үшін жайлы мекен Жерұйықты табу болса, түркі дүниесінің рухани символы Қорқыт ата мәңгілік өмірдің сырын іздеумен танылған. Ол аңыздық кейіпкер ретінде белгілі болса да, кейбір зерттеушілер Қорқытты фольклордағы прецедентті есімдер қатарында қарастырмайды. Ал келесі Р. С. Амренова мен И. С. Каирбекова сынды зерттеушілер «Қорқыт ата – өте көне образ; IX-X ғасырда Сыр бойында ғұмыр кешкен ойшыл; «Кітаби Қорқыт» жырларын тудырған үлкен эпос айтушысы; күй мен жырдың алыбы; ел аузында таралған аңыздарда мәңгі жасайтын өмір, ажалдан қашып құтылу жолын ідеуші; YIII-X ғасырларда номадтық-патриархалдық өмір өзгеріп, ислам діні келген кезде екеуін сынап, еркіндікті жақтаған, ислам дінінің орнына шамандық сенімді тұтатқан; Қорқыттың әдеби-музыкалық мұрасы тек қазақ халқының ғана емес, бүкіл түркі тектес халықтарға ортақ асыл қазына («Кітаби дәдем Қорқыт»); Қорқыт ата есімі «Қайда барсаң Қорқыттың көрі» деген тұрақты сөз тіркесінде шешуі табылмаған жағдайды сипаттау үшін қолданылады» [158, б.26] деп оны фольклорлық прецедентті есім ретінде тануға мүмкіндік беретін бірқатар ерекшеліктерін атап өтеді. Біз де Қорқыт ата прецедентті есімінің құрылымын былайша жасадық:

I Дифференциалды белгілері:

- 1) Қобыздың атасы
- 2) күй шығарушы әрі орындаушы;
- 3) рухани бағыттағы жырау.

II Төлсипаттар:

Абыз бейнесі, бақсылық қасиетке ие тұлға, философиялық ой иесі; Қорқытқа қатысты 12 дастан, сондай-ақ «Қайда барсаң да, Қорқыттың көрі» секілді танымал тіркес.

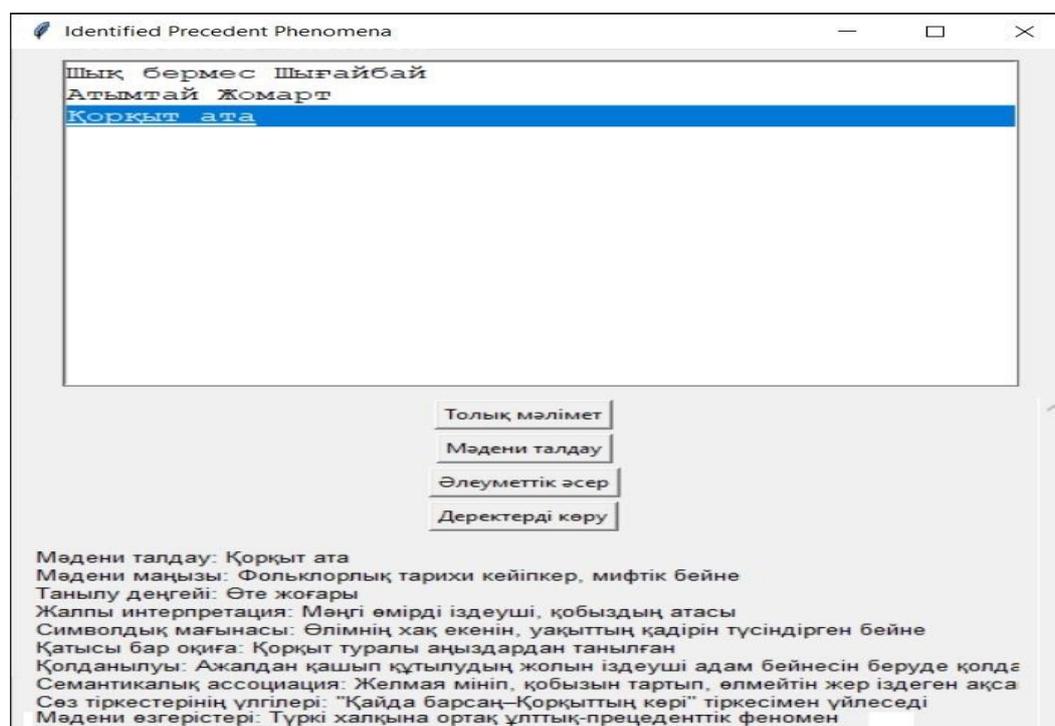
III Прецедентті есім жайлы жеке түсінік:

Қазақ рухани кеңістігінде түркі жұртына ортақ, мәңгілік өмірдің мәнін іздеген аңыздық тұлға ретінде қалыптасқан фольклорлық бейне.

Көне түркі тіліндегі «һорхұт» сөзі «жоғарыдан келген құт» деген мағына береді, ал қазақтың ауыз әдебиетінде бұл есім Қорқыт түрінде қалыптасқан.

Мәңгілік өмірді іздеуші тұлға ретінде Қорқыт туралы түрлі аңыздар мен ертегілер пайда болған. Осы сюжеттердің негізінде «Қайда барсаң да, Қорқыттың көрі» деген танымал прецедентті мәтін қалыптасып, кең қолданысқа енген. Жырау, бақсы, қобыздың атасы саналатын Қорқыттың есімі мен оған қатысты бұл қанатты тіркес бүгінгі күннің медиамәтіндерінде жиі кездеседі. Мысалы, massaget.kz сайтында жарық көрген «Қайда барсаң да Қорқыттың... PR-ы» атты мақалада әлеуметтік желілердегі жасанды өз жасаған жақсылығын, киімін, тағамын жария ету сияқты жарнамалық әрекеттер талқыға түсіп, бұл құбылыстар сынға алынады. Журналист өз ойын өткір жеткізу үшін прецедентті тіркесті түрлендіріп: «Қайда барсаңыз да Қорқыттың көрі емес, PR-ы екен» деп жазады. Мұндай стильдегі мақала мәтіндері қазіргі баспасөзде көп кездеседі. Мәселен «Қайда барсаң да ... қыстырылған легионерлер» (kazfootball.kz, 07.10.16) атты мақалада отандық футболдың жағдайы сипатталады.

Python бағдарламасында да Қорқыт ата ұлттық прецедентті феноменінің сипаттамасы берілді (31-сурет):



Сурет 31 - «Қорқыт ата» прецедентті феноменнің сипаттамасы

О баста прецедентті мәтін көркем мәтінге қатысты қарастырылды. Тіл жанды құбылыс болғандықтан басқа стильде пайдаланылатынын көруге болады. Өйткені тілдік тұлғалар тілін көркемдеу үшін мұндай мәтіндерді публицистикалық стильде көп қолданады. Сол арқылы көркем мәтін эмоциялық бояуы басым, өзекті, автордың көзқарасын, ойын жеткізетін өнім ретінде танылады.

Қорыта айтқанда, прецедентті құбылыстар көркем әдебиет пен баспасөз материалдарында интертекстуалдық тәсілдер – цитата, реминисценция, эпитет, аллюзия арқылы жиі көрініс табады. Әсіресе фольклорлық прецедентті есімдер газет-журнал мақалаларында көбіне тақырып ретінде қолданылады. Мысалы, Алпамыс, Ер Төстік, Толағай, Қыз Жібек, Асан Қайғы, Қорқыт ата, Атымтай Жомарт пен Шығайбай сынды кейіпкерлер журналистік мәтіндерде жиі ұшырасады. Бұл зерттеуде аталған есімдердің негізгі ерекшеліктері мен семантикалық белгілері ашып көрсетілді. Фольклорлық прецедентті есімдер ұлттық дүниетанымның көрінісі ретінде танылып, олар арқылы ғасырлар бойы ұлт жадында сақталған рухани құндылықтар бейнеленеді. Ұлттық әлем бейнесі тереңдеп зерттелген сайын, прецедентті есімдердің де ауқымы кеңейіп, қолданылу аясы арта түсетіні анық.

Прецедентті есімдер тек көркем әдебиетте ғана емес, қазіргі журналистикада да белсенді қолданысқа ие. Авторлар мұндай есімдерді мақалаларында орынды пайдалану арқылы өздерінің ойлау ерекшелігін, тілдік тапқырлығын және шығармашылық жаңашылдығын танытады. Сонымен қатар, бүгінгі баспасөзде жалқы есімдер жиі ауыспалы мағынада қолданылып, белгілі бір тұлғаның мінезін, әрекетін немесе жеке қасиеттерін ашуға мүмкіндік береді. Осы арқылы автор кейіпкерге деген өз бағасын білдіреді. Журналистер прецедентті есімдерді кейіпкердің болмысын нақтырақ сипаттау үшін жиі пайдаланып, мақаланың мазмұнын тереңдете түседі.

## ҚОРЫТЫНДЫ

Диссертациялық жұмыста қазіргі қазақ тілді бұқаралық ақпарат құралдары мәтіндеріндегі интертекстуалдылық құбылысы, оның типтері лингвистикалық, прагматикалық және лингвомәдени аспектілерде кешенді түрде қарастырылды. Интертекстуалдылық құбылысы медиамәтіндердің мағыналық құрылымын ұйымдастырушы және оқырманмен мәдени-танымдық диалог орнатушы семиотикалық-танымдық құрал ретінде сипатталды. Интертекстуалдылық ұғымы қазіргі лингвистикада мәтіндердің өзара байланысын жүзеге асыратын күрделі семиотикалық-танымдық құбылыс ретінде түсіндіріледі. Бұл байланыс бір мәтіннің құрылымында немесе мағыналық өрісінде басқа мәтіннің тікелей не жанама түрде көрініс табуы арқылы жүзеге асады. Интертекстуалдылықтың жүзеге асу жолдары сан алуан тілдік және стильдік тәсілдер арқылы байқалады. Оларға мыналар жатады: цитата – бір мәтінді сол күйінде келтіру; аллюзия – белгілі бір мәтінге жасырын түрде меңзеу; реминисценция – әдеби немесе мәдени ақпаратқа негізделген еске түсіру; пародия – бұрынғы мәтінді мүлде басқа мақсатта қайта құру; перифраз – бір ойды басқа формада жеткізу; центон – әртүрлі мәтін үзінділерін біріктіріп жаңа мазмұн жасау. Бұл тәсілдер интертекстуалдылықтың түрлі қырын аша түседі. Басылым беттерінде аталған интертекстуалды элемент түрлерінің ішіндегі аллюзия мен реминисценцияның қолданысы басым болатындықтан, зерттеу жұмысынды олардың көрінісі мен қызметі талданды. «Троян аты», «Пандора жәшігі» аллюзияларының, «Интернатта оқып жүр, талай қазақ баласы», «Бөтен сөзбен былғанса сөз арасы...» т.б. сынды реминисценциялардың мағынаны көпқабатты етіп жеткізу, экспрессивтілік пен астарлы мағына беру сияқты қызметтер атқаратыны дәлелденді.

Интертекстуалдылықтың бұқаралық ақпарат құралдарындағы рөлі айтарлықтай маңызды болып табылады. Бұл феномен БАҚ мәтіндерінің бір-бірімен байланысын қамтамасыз етіп, ақпараттың мазмұндық тереңдігін, өзектілігін және көпқырлы сипатын арттыруға мүмкіндік береді. Ал сол интертекстуалды байланыстарды жүзеге асыруда негізгі семиотикалық және лингвомәдени маркер ретінде қызмет атқаратын прецедентті феномендер болып табылады. Прецедентті феномен – белгілі бір ұлттың жадында сақталған тарихи жайттар, әр халықтың болмысын, тұрмыс-тіршілігін, салт-санасын көрсететін, үнемі қозғалыста жүретін, уақыт өте келе қайтіп жаңғырып отыратын тілдік үдеріс. Прецедентті феномендердің қатарында көркем әдебиет, фольклор, миф, тарихи оқиғалар, қанатты сөздер, мақал-мәтелдер, сакралды мәтіндер, ән мәтіндері, кинофильмдер, жарнамалар бар.

Прецеденттілік теориясы лингвистикада өзекті әрі қызықты мәселе. Прецедентті феномендер – когнитивтік базаның негізгі элементтерінің бірі; қандай да бір құбылыстың немесе жағдайдың символы; сондай-ақ метафораның қызметін атқарушы. Бұл құбылысты жіктеуде тіл білімінде зерттеуші В. В. Красныхтың классификациясы кеңінен қолданылады. Прецедентті феноменнің мынадай түрлері бар: прецедентті есім, прецедентті жағдай,

прецедентті айтылым, прецедентті мәтін. Диссертациялық жұмыста бүгінгі күнге дейінгі зерттеуші ғалымдардың тұжырымдары талданып, пікірлері сараланып, белгілі бір прецедентті феномендердің символдық сипатқа ие болуына байланысты «прецедентті символ» термині ұсынылды. Прецедентті символ – бұл қоғам жадысында орныққан тарихи, мәдени немесе әлеуметтік маңызы бар нақты оқиға не тұлғамен ассоциативті байланыста қалыптасатын, медиамәтіндерде мағынаны тереңдету және прагматикалық әсер ету мақсатында қолданылатын, семиотикалық және лингвомәдени сипаты бар прецедентті феноменнің символдық формасы. Бұл ұғым тарихи, мәдени немесе әдеби контексте қалыптасып, көпшілік қабылдауында тұрақты ассоциация тудыратын, символдық сипаттағы прецедентті бірліктерді сипаттайды. Жұмыста дәстүрлі символдар қатарындағы «Аққу», «Самұрық құс» бейнелері мен прецедентті символдарға жатқызылған «Құлагер», «Хатико» сияқты мәдени-тағылымдық мәні бар образдарға кешенді сипаттама берілді. Атап айтқанда, олардың мәдени маңызы, тарихи-мәдени трансформациясы, референттік сипаты, символикалық мазмұны, қолданыс аясы және олармен байланысты семантикалық ассоциациялық белгілері жан-жақты талданды.

Прецедентті мәтіндердің төмендегідей дереккөздері жіктелді:

- көркем әдебиет (ұлттық және әлемдік);
- тарихи-философиялық, саяси сипаттағы публицистикалық мәтіндер;
- ән мәтіндері;
- сакралды мәтіндер;
- кинофильмдер, мультфильмдер, телебағдарламалардан үзінді;
- жарнама.

Одан бөлек қазіргі жаңа зерттеулердің нысаны болған прецедентті мәтіндерді өте тез арада таныту құралы ретінде танылып жүрген интернет-мем ұғымы туралы мәлімет берілді.

Зерттеу жұмысында қазақ тілді БАҚ-тан бөлек, орыс және ағылшын тілді баспасөз беттеріндегі үш ұлтқа ортақ универсалды прецедентті құбылыстар қарастырылды. Жинастырылған «Стокгольм синдромы», «Дон Кихот», «Ахиллестің өкшесі» прецедентті мәтіндерінің әртүрлі қызметтерді атқаратыны анықталды. Прецедентті феномендер газет мәтінінің жалпы мазмұнын ықшам әрі нұсқа түрде жеткізуге қызмет етеді. Әдеби шығармаға немесе тарихи дерекке сілтеме жасау арқылы автор оқырманның танымына, эмоциялық қабылдауына әсер ету мүмкіндігін арттырады. Уақыт пен кеңістік тұрғысынан алшақтық болғанымен, қазіргі мәтіндегі идея арқылы бұрынғы әдеби туындыны немесе мифтік сюжетті еске түсіріп, интертекстуалды байланыс орнату арқылы екі мәтін арасындағы семантикалық үндестікті қамтамасыз етеді.

Эмпирикалық бөлімде жүргізілген сауалнама нәтижелері арқылы оқырманның прецедентті құбылыстарды қабылдау деңгейі, олардың мәдени кодты тануы және интерпретациялық стратегиялары зерделенді. Зерттеу нәтижелері прецедентті бірліктердің қабылдаушыда белгілі бір эмоциялық-ассоциативтік реакциялар тудыру арқылы мағынаның прагматикалық жағын күшейтетінін көрсетті. Сонымен қатар, зерттеудің қолданбалы бағыты ретінде

Python бағдарламалау тілі мен табиғи тілдерді өңдеу кітапханалары негізінде прецедентті феномендер базасы құрылып, оларды медиамәтіндерден автоматты түрде тануға мүмкіндік беретін жүйе жобаланды. Ағылшын, орыс және қазақ тілдерінде қолданылатын 70 прецедентті феноменге (мысалы, *Феникс*, *Атымтай Жомарт*, *Пандора жәшігі*, *Баба Яга*, *Қорқыт ата*, *Асан Қайғы*, *Ромео мен Джульетта* және т.б.) лингвомәдени сипаттама берілді. Олардың семантикалық өрісі, символдық мәні, мәдени трансформациясы мен қолданыс жиілігі салыстырмалы түрде сараланып, ұлттық және универсалды деңгейдегі айырмашылықтар мен ұқсастықтар анықталды. Бұл тәсіл болашақта медиа талдау мен лингвистикалық мониторинг салаларында практикалық маңызға ие бола алады.

Қорыта келгенде, журналистер прецедентті мәтіндерді белгілі бір коммуникативтік және прагматикалық мақсатпен пайдаланады. Мұндай мәтіндер қазіргі таңда журнал мен газет материалдарының тақырыптарында, теледидар бағдарламалары мен жарнама мәтіндерінде жиі көрініс табуда. Соңғы жылдары бұқаралық ақпарат құралдарындағы интертекстуалдылық деңгейінің айтарлықтай артқанын байқауға болады. Бұл үрдіс, ең алдымен, журналистердің өз туындысына оқырман назарын аудару, мәтінге экспрессивтілік пен эмоционалды реңк беру, сондай-ақ аудиториямен мәдени-танымдық байланыс орнату мақсатында стилистикалық тәсілдерге саналы түрде жүгінуімен тығыз байланысты.

## ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

- 1 Васильев А.Д. Интертекстуальность : прецедентные феномены: учеб.пос. / А.Д. Васильев. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 342 с.
- 2 Красных, В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? / В.В. Красных. – М.: Гнозис, 2003. – 375 с.
- 3 Тынянов Ю.Н. Достоевский и Гоголь (к теории пародии) // Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино. - М., 1977. - С. 198-226
- 4 Адилова А.С. Көркем мәтіндердегі цитация құбылысы. Монография. – Алматы: Эверо баспасы, 2015. – 252б.
- 5 Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. – 1995. - №1. – С. 93 – 124.
- 6 Allen, Graham. Intertextuality. London: Routledge, 2011. –256 p.
- 7 Bauman, Richard. A World of Others' Words: Cross-Cultural Perspectives on Intertextuality. - Oxford: Blackwell Publishing, 2004. –178 p.
- 8 Женетт Ж. Палимпсесты: литература во второй степени. – М.: Науч.мир, 1982. - 372 с.
- 9 Пьеге-Гро Н. Введение в теорию интертекстуальности. пер. с фр. / общ. Ред. и вступ, ст. Г.К. Косикова. – М.: Издастельство ЛКИ, 2008. – 240 с.
- 10 Фатеева, Н.А. Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности.– М.: КомКнига, 2007. – 280 с.
- 11 Денисова Г.В. В мире интертекста: язык, память, перевод. – М.: Азбуковник, 2003. – 298 с.
- 12 Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: колл. монография/ науч. ред. Т.Н. Колокольцева, В.П. Москвин. – 2-е изд. – М. Флинта, 2015. – 352 с.
- 13 Воркачев С.Г. Интертекстуальность, прецедентность и лингвокультурный концепт // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, В.П. Москвин. - М.: Наука, 2014. - С. 52-70.
- 14 Шестаков Л.А. Интертекстуальность и когнитивная теория текста // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, В.П. Москвин. - М.: Наука, 2014. - С. 125-147.
- 15 Деменьтев В.В. // Интертекстуальность и фигуры интертекста в дискурсах разных типов: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, В.П. Москвин. - М.: Флинта; Наука, 2014. - С. 96-125.
- 16 Должич Е.А. Интертекстуальные связи в испанском научном дискурсе: на материале естественнонаучных статей и диссертаций: автореф. дис. . канд. филол. наук. – М., 2011. - 26 с.
- 17 Королева Н.В. Средства и способы реализации интертекстуальности в научном дискурсе: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. -Саранск, 2004.-211 с.
- 18 Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах функционирования поэтического языка. – Екатеринбург: Изд-во Урал. 1999. - 268 с.

- 19 Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе: На материале статей: дис. ... канд. филол. Наук. - Волгоград, 1999. – 206 с.
- 20 Аникина Э.М. Лингвокультурная специфика реализации интертекстуальности в дискурсе СМИ (на материале англо-американской прессы). 10.02.04 – Германские языки: дисс... канд. филол. наук. – Уфа: 2004. – 243 с.
- 21 Казаева С.А. Особенности реализации категории интертекстуальности в современных английских научных и газетных текстах: дис. ... канд. филол. наук. - СПб., 2003. - 169 с.
- 22 Костыгина К.А. Интертекстуальность в прессе (На материале немецкого языка): дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2003. -308 с.
- 23 Сандалова Т.А. Интертекстуальные включения как средство языковой игры в тексте советского газетного фельетона: на материале центральных газет с 1970 по 1991 гг.: дис. . канд. филол. наук. - СПб., 1998.- 214 с.
- 24 Терских М.В. Реклама как интертекстуальный феномен: 10.02.01 - русский язык: дисс. ... канд. филол. наук. – Омск: 2003. – 199 с.
- 25 Терских М.В. Функции прецедентных текстов в рекламе // Язык. Время. Личность. - Омск: Омск. гос. ун-т, 2002. - С. 534-538.
- 26 Ускова Т.А. Вербализация интертекстуальности в текстах массовой коммуникации: дис. ... канд. филол. наук. -М., 2003.-213 с.
- 27 Кушнерук С.Л. Прецедентные имена как символы прецедентных феноменов в рекламных дискурсах России и США // Известия Урал. гос. пед. ун-та. Лингвистика. - Вып. 16. - Екатеринбург, 2005. - С. 182-189.
- 28 Кушнерук С.Л. Актуализация дифференциальных признаков прецедентных имён в американской и российской печатной рекламе // Вестник ЮУрГУ. Сер. Лингвистика. - Челябинск, 2005. - Вып. 2. - С. 73-77.
- 29 Лукшик Л. Интертекстуальность в рекламном дискурсе: на материале рекламы ФРГ: дис. ... канд. филол. наук. 10.02.04. – М., 2012. - 155 с.
- 30 Подяпольская О.Ю. Типология адресованности в текстах эпистолярного жанра: На материале писем Ф. Кафки. 10.02.19: дисс. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2004. – 193 с.
- 31 Арбузова В.Ю. Прецедентность в русском языке как лингвистический и культурный феномен: на материале научных и эпистолярных текстов: дис. ... канд. филол. наук. - Елец, 2007. - 202 с.
- 32 Бусоргина Н.Ю. Эпистолярный текст как составляющая ритуального и этикетного дискурса: на материале английского языка. 10.02.04 – германские языки: дисс. ... канд. филол. наук. – Самара, 2006. – 193 с.
- 33 Li S. Intertextuality as a Strategy of Glocalization: A Comparative Study of Nike's and Adidas's 2008 Advertising Campaigns in China. *Semiotica*, 2008. - №230. – P. 495-513. <https://doi.org/10.1515/semi.2019.0143>.
- 34 Строева Ю.Ю. Интертекстуальность в медиадискурсе и способы ее перевода на русский язык // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 6А.С. 58-64.

35 Баширова Н.З. Типология интертекстов в прессе / Ученые записки казанского университета. 2011. - Т. 153, №6. - С. 191-203.

36 Качаев Д.А. Социокультурный и интертекстуальный компоненты газетных заголовков (на материале российской прессы 2000-2006 гг.): 10.02.01 – : дисс.. канд. филол. наук Ростов-на-Дону. 2007. - 159 с.

37 Саблина М.В. Интертекстуальность заголовков современной российской прессы // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences, 2009. - № 2. – С.94–100

38 Фокина О.В. «Источники интертекстуальных связей в средствах массовой информации (на примере современных газет): дис. ... канд. филол. наук. – М., 2006. –307 с.

39 Фокина О.В. Интертекстуальность в печатных СМИ: парадигматический аспект // Вестник НГУ: История, филология. - 2013. - №12.- 10 с.

40 Kryachkov D. Intertextuality in media texts. In Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow // The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava. Trnava: University of SS Cyril and Methodius in Trnava, Special issue, 2023. - №VIII (1). - P. 62-78. DOI: <https://doi.org/10.34135/lartis.23.8.1.05>.

41 Солуянова Н.А. «Проблема интертекстуальности в переводе (на материале переводов произведений Б. Акунина)»: дис. ... канд. филол. наук. – М., 2013. –180 с.

42 Тороп П., Тотальный перевод. – М.: Издательство Тартуского Университета, - Тарту 1995. - 221 с.

43 Әбдіқұлова Р.М. Қазақ сөз өнеріндегі интертекст мәселесі // ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. - 2015. - Т.154, №2. – Б. 33-36. <https://philar.kaznu.kz/index.php/1-FIL/article/view/1817>.

44 Болатова Г.Ж., Мұхаметқали А.А. Экспрессивная функция интертекста в философской прозе (по роману «След птицы в небе» Б. Момышулы). // "Керуен" ғылыми журналы. - 2022. –Т. 75, №2. - Б.166-177.

45 Бузаубагарова К.С. Фольклор и литература: к вопросу об интертексте // Проблемы поэтики и стиховедения: Материалы V Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. Памяти и к 70-летию доктора филологических наук профессора В.В. Бадикова (15-16 окт. 2009 г.) / отв. ред. С.Д. Абишева. – Алматы, 2009. – С. 444-448.

46 Алтыбаева С.М. Современная казахская проза (анализ, интерпретация, постижение): учебное пособие. - Алматы: Изд-во «Ұлағат» КазНПУ им. Абая, 2011 г. - 127 с.

47 Адилова А.С. Батырлар жырындағы интертекстуалдық құбылыстар // Қазақ лингвофольклортануы: эпостанулық зерттеу. Ұжымдық монография. Жалпы редакциясын басқарған Ж.А.Жақыпов, филология ғылымдарының докторы, профессор. – Астана: Л.Н.Гумилев ат. ЕҰУ, 2017. – Б. 344-375.

48 Абдыханова Б.А. Фольклорлық шығармалардың прецедентті мәтін ретіндегі лингвомәдени қызметі (XXI ғ. көркем шығармалары негізінде)

- [Мәтін]: философия докторы (PhD) дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация. Л.Н. Гумилев атын. Евразия ұлттық ун-ті... – Астана: 2018. - 147 б.
- 49 Арнольд И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сборник статей. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1999. - 443 с.
- 50 Архангельский А.Н. Как описал себя пиит // Русская речь. - 1999. - № 3. - С. 6-9.
- 51 Дементьев В.В. Непрямая коммуникация.- М. : Гнозис, 2006. - 376 с.
- 52 Бабаев Э.Г. Одна великолепная цитат // Русская речь. 1993. -№ 3. - С. 3-6.
- 53 Вельская, Л. Л. Цитата или «цикада»? / Л. Л. Бельская // Русская речь. -1991.- № 1.- С. 11-15.
- 54 Арутюнова Н.Д. Диалогическая цитация (К проблеме чужой речи) / Н.Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. - 1986. - № 1. — С. 50-64.
- 55 Калыгин А. Цитата как иконический знак // Вестник МГУ. Филология. - 2008. - № 2. - С. 109-112.
- 56 Семёнова Н.В. Цитата в художественной прозе: на материале произведений В. Набокова : дис. ... докт. филол. наук. - М., 2004.-316 с.
- 57 Козицкая, Е.А. Цитата в структуре поэтического текста : дис. канд. филол. наук. - Тверь, 1998.
- 58 Вахтел Э. Пародийность «Чайки»: символы и ожидания // Вестник МГУ. Филология. 2002. - № 1. - С. 72-91.
- 59 Пастушенко Л.И. Техника жанровой самопародии в романистике Й. Беера // Филологические науки. - 2000. - № 4. - С. 40-48.
- 60 Варченко В.В. Формы и функции цитатной речи в медиа-тексте. Специальность 10.02.04 - германские языки: дис. ... канд. филол. наук. – М.: 2007. – 187 с.
- 61 Бакина А.Д. Специфика интертекстуальности современного публицистического дискурса // Актуальные проблемы обучения и изучения языка: сборник статей. - Орел: Орловский юридический институт МВД России имени В.В. Лукьянова, 2019. - С.16-22.
- 62 Бакина А.Д. Специфика семантики цитаты: на материале русского и английского языков. 10. 02. 19: автореф. ... дис.канд. филол. наук. – Орел, 2007. – 23 с.
- 63 Бакина АД Цитата в аспекте интертекстуальности // Вопросы филологических наук Гл. редактор А В. Моденов – М., 2006. - №4(21) - С 39-42.
- 64 Саблина М.Б. «Цитата и цитирование в текстах современных российских газет»: 10. 02. 01: дис. ... канд. филол. наук. – Красноярск, 2011. – 172 с.
- 65 Дронова Е. Стилистический прием аллюзии в свете теории интертекстуальности: На материале языка англо-ирландской драмы первой половины XX века: 10.02.04: автореф. ... дис. канд. филол. наук.. – Воронеж, 2006. – 28 б.
- 66 Уәли Н. Қазақ сөз мәдениетінің теориялық негіздері: филол. ғыл. докт.... дисс. – Алматы, 2007. – 357 б.

67 Новохачёва Н.Ю. Стилистический приём литературной аллюзии в газетно-публицистическом дискурсе конца XX – начала XXI веков: 10.02.01. дис. канд. филол. наук: - Ставрополь, 2005. – 284 с.

68 Квятковский А.П. Поэтический словарь / Науч. ред. И. Роднянская. - М.: Сов. Энцикл., 1966. — 376 с.

69 Тухарели М.Д. Аллюзия в системе художественного произведения: дисс. ... канд. филол. наук: 10.01.08. - Тбилиси, 1984. – 166 с.

70 Мостицкий И.Л. Универсальный дополнительный практический толковый словарь. – М.: Триумф, 2012.

71 Nikashina N.V., Suprun N.D. Allusion as a Stylistic Device in the English Language Literature // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. - 2016. - N. 1. - P. 68-74.

72 Онищенко О.В. функционирование аллюзий, реминисценций и прецедентных феноменов в текстах русскоязычных СМИ. // Вестник ТГПИ. Гуманитарные науки. Специальный выпуск. – Таганрог, 2010. – №2. – С. 58-64

73 Лотман Ю.М. Анализ поэтического текста. – Л.: Просвещение, 1972. – 272 с.

74 Воронцова Ю.А. Реминисценции в текстах современных средств массовой информации. 10.02.01. дис. ... канд. филол. наук. - Белгород 2004. – 233 с.

75 Kappassova A.S.H., Adilova A. S., Zeinulina A. F., Khamzina K. M., Umirbekova A., Zhaldybayeva A. Z. Intertextuality in Kazakh, Russian, and English-language Media // Eurasian Journal of Applied Linguistics, 2024. - №10(3). – P. 22-32.

76 Савченко А.В. Интертекстуальность как характеристика эпохи (на материале романа Й.Шкворецкого «Танковой батальон») // II Славистические чтения памяти профессора П.А.Дмитриева и профессора Г.И.Сафронова: Материалы международной научной конференции. – СПб.: 2001. – С. 33-40.

77 Масс-медиа туралы Қазақстан Республикасының Заңы 2024 жылғы 19 маусымдағы № 93-VIII ҚРЗ.

78 Серғалиев М.С. Стилистика негіздері: Оқулық. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2006. – 273 б.

79 Әбілқасымов Б. Алғашқы қазақ газеттерінің тілі. Қазақ ССР ғылым академиясы; Тіл білімі институты / жауап. ред. М. Балақаев. – Алматы: Ғылым, 1971. - 188 б.

80 Әбілқасымов Б., Мажитаева Ш. Қазақ әдеби тілінің тарихы (XV-XX ғғ.). Оқулық. – Қарағанды: Қар МУ баспасы, 2009. – 209 б.

81 Алдашева А. Лексические новообразования в современном казахском литературном языке (на материале периодической печати 1976-1991 гг.) : автореферат дис. ... кандидата филологических наук:10.02.06. - Алма-Ата, 1992.- 24 с.

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

83 Мукашева М. «Научно-популярная периодика Казахстана: истоки, становление и перспективы развития» филол. ғыл. канд. дисс. ... автореф. – Алматы, 2000. – 30 б.

84 Иманбердиева С. Бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін логоэпистемалардың трансформациялануы (газет материалдары бойынша) // «С.Аманжолов және қазіргі қазақ филологиясының өзекті мәселелері» конференция материалдары. – Алматы, 2009.

85 Жақсыбаева Ф.З. Газет мәтінінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша): фил.ғыл.канд. ... дисс. – Алматы, 2000. – 153 б.

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

87 Аширова А. А 97 Газет мақалаларының тақырыптары: құрылымы, функциясы, прагматикасы: монография. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 150 б.

88 Сейдалиева Г.О. Мерзімді баспасөздегі стереотиптердің лингвопрагматикалық ерекшеліктері. философия докторы (PhD)... дисс. – Алматы: 2017. - 185 б.

89 Кенжеханова Қ.К. Саяси дискурстың прагмалингвистикалық және когнитивтік компоненттері (қазақ тіліндегі мерзімді басылымдар материалдары бойынша): философия докторы (PhD)... дисс. – Алматы: 2015. - 187 б.

90 Аубакирова С.С. Прагмалингвистический и лингвокультурологический анализ дискурса прессы (на материале американской газеты «The New York Times»): автореф. ... дисс. канд. филол. наук.10.02.22. – Алматы, 2010. – 157 с.

91 Серғалиев М.С. Ой мен сөздің жарасымы немесе телехабар тіліндегі кейбір кемшіліктер туралы // Егемен Қазақстан. – 1994.

92 Серғалиев М.С. Телехабарлар тілінің лексикасы және тіл мәдениеті // Қазақ терминологиясы және тіл мәдениетінің мәселелері: Республикалық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары. – Астана, 2007. – 25 б.

93 Машинбаева Г.Ә. М 32 Теледидар тілінің лингвопрагматикалық аспектілері: монография. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – 162 б.

94 Бисмильдина Д.Д. Ресми телехабарлар тілі. «Хабар» телеарнасының қорытынды жаңалықтары бойыншы. (Оқу-әдістемелік құралы).– Астана: «1С-Сервис» ЖШС, 2010. – 120 б.

95 Әміров Ә. Ж.. Қазақ терминологиясы және баспасөз. –Алматы, 2015. – 96 б.

96 Sadirova K., Agymedullayeva N., Yessenova K., Ismailova F., Imangazina A. Political Media Discourse in the Post-Truth Era: A Cross-Linguistic Analysis of Rhetorical Strategies in Kazakh and English // International Journal of Society. - Culture & Language. – 2025. - № 13(1). – P. 289-307. doi: 10.22034/ijsc.2025.2054162.3933.

97 Әбдікерімова Г.С. Саяси медиадискурс лингвомәдени сипаттағы интертекстуалды мағыналарды жаңғыртушы кеңістік ретінде.// Хабаршы. Филология ғылымдары сериясы. – Алматы, 2022. - №2.

98 Бактиярова Р.М. Қазіргі медиадискурстағы "іскер әйел" концептісі: Философия д-ры (PhD)... дисс: 6D021300 – Абай атын. Қазақ ұлттық педагогикалық ун-ті.– Алматы : 2022. - 149 б.

99 Темиргазина З.К. Когнитивно-языковое моделирование образа чужого в казахстанском медиадискурсе // Один пояс — один путь. Лингвистика взаимодействия : материалы междунар. науч.-практ. конф. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2017. — С. 178—180.

100 Современный медиатекст: учебное пособие / отв. ред.Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.

101 Казак М.Ю., Махова А.А. Разнотипные интертекстемы в журналистском тексте: опыт функционального описания // Медиалингвистика. 2015. - № 2 (8). - С. 93–103. <https://medialing.ru/raznotipnye-intertekstemy-v-zhurnalistском-tekste-opyt-funkcionalnogo-opisaniya/>. 12.11.2024.

102 Есенова Қ. Ө. Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде): ғыл.докт. дисс. ... автореф. – Алматы, 2006. –43 б.

103 Маликова Ж.Д. Лингвокультурологическая парадигма русских прецедентных текстов (на материале казахстанских газет): автореф... канд. филол. наук. – Кокшетау, 2010. – 25 с.

104 Каппасова А.Ш., Адилова А.С. Прецедентті феномендер газет тақырыпаттары ретінде. Қарағанды университетінің Хабаршысы. Филология сериясы. 2023.- № 2 (110). – Б.30-39.

105 Гудков, Д.Б. Теория и практика межкультурной коммуникации /Д.Б. Гудков. – М.: Гнозис, 2003. – 288 с.

106 Каппасова А.Ш., Адилова А.С. БАҚ-тағы интертекстуалдылықтың типтері // Торайғыров университетінің Хабаршысы. Филология сериясы. 2024.- № 4. – Б. 220-229.

107 Velykoroda Y.. Ludic Function of Precedent-Related Phenomena in Media Discourse // Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, 2010. - № 3 (4). - P. 70–75. doi: 10.15330/ jpnu.3.4.70-75.

108 Нахимова Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации: монография / ГОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т» Ин-т социального образования. – Екатеринбург, 2007. — 207 с.

109 Кабанков А.И. Прецедентный мир В. Высоцкого в дискурсе новых медиа: семантико-аксиологический и регулятивный аспекты. - Томск, 2018. – 225 с.

110 Джанаева В.В. Лингвокогнитивные основы коммуникации: инокультурные прецедентные феномены. 10.02.19: дис... канд. филол. наук. – Владикавказ: 2008. – 193 с.

111 Чемезова И.А. Прецедентная модель языковой игры в газетном заголовке. 10 02.01: дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2008. – 217 с.

112 Семенец О.П. Прецедентный текст в языке газеты: динамика дискурса 50-90-х годов. 10.02.01: дис... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург: 2004. – 356 с.

113 Черногрудова Е.П. Заголовки с прецедентными текстами в современной публицистике (на материале центральной, региональной и местной прессы). 10.02.01: дис... канд. филол. наук. – Воронеж: 2003. – 242 с.

114 Зырянова И.П. Реконструкция образов адресатов российской и британской прессы (на основе анализа прецедентных феноменов в заголовках статей) // Язык и межкультурная коммуникация материалы Международной науч-практ конференции, Великий Новгород, 19-20 ноября 2009 г. / отв. ред. О.А. Александрова, О.С. Макарова – НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2009. – С. 161-166.

115 Зырянова И.П. Прецедентные феномены в заголовках российской и британской прессы (2005-2009 гг.) 10.02.20: дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2010. – 239 с.

116 Елисеева С.В. Прецедентные феномены, восходящие к французской культуре, в современной российской и американской прессе. 10.02.20: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2010. – 23 с.

117 Елисеева С.В. Французская культура как источник прецедентное в российской прессе // Проблемы лингвокультурологического и дискурсивного анализа / Мат-лы Всерос. науч. конф. «Язык. Система. Личность» Екатеринбург, 23-25 апреля 2006 г. - Урал. гос. пед. ун-т. - Екатеринбург, 2006. - С. 45-51.

118 Елисеева, С.В. Прецедентные феномены, восходящие к французской культуре, в современной российской прессе // Многоязычие и межкультурное взаимодействие / Мат-лы междунар. конф.; к 80-летию профессора С.Я. Гельберг / сост. и отв. ред. Т.И. Зеленина, Н.И. Путина. - Удм. гос. ун-т, 2008. - С. 109-111.

119 Быкова Л.В. Немецкоязычная культура как сфера-источник прецедентных феноменов в современных российских печатных СМИ. 10.02.01: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2009. – 23 с.

120 Быкова Л.В. Прецедентные феномены, связанные с немецкоязычной культурой, в российских СМИ / Л.В. Быкова // Диалог языков и культур: теоретический и прикладной аспекты: сб. науч. статей: вып. 2 /сост. и отв. ред. Т.С. Нифанова; Поморский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - Архангельск : Поморский университет, 2008. - С. 19-23.

121 Латышева В.Л. Характеристика прецедентных феноменов как ядерных элементов национального языкового сознания (на материале русского и французского языков). 10.02.19: автореф... канд. филол. наук. – Иркутск: 2011. – 19 с.

122 Латышева В.Л. Результаты анализа ассоциативного эксперимента, по выявлению и описанию национально-прецедентных феноменов русского и французского языков // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук: материалы конференции молодых учёных (Иркутск, 1 - 5 марта 2010 г.). - Иркутск, 2010. - С. 96-98.

123 Боярских О.С. Прецедентные феномены со сферой-источником «литература» в дискурсе российских печатных сми: 2004-2007 гг. 10.02.: дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2008. – 231 с.

124 Боярских О.С. Литературные прецедентные феномены в восприятии студентов // Образование и наука. Известия Уральского отделения Российской академии наук.-2007.- №6 (10).- С. 109-117

125 Блинова Ю.А. Прецедентные имена собственные в немецком газетном дискурсе. 10.02.04: дис... канд. филол. наук. – Самара: 2007. – 268 с.

126 Косарев М.И. Прецедентные феномены со сферой-источником «кино» в политической коммуникации Германии и США. 10.02.20: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2008. – 24 с.

127 Косарев, М. И. Прецедентные феномены с субсферой-источником «киноэкшен» в политической коммуникации Германии // Политическая лингвистика. 2007. - Вып. 2 (22). – С. 25 - 32.

128 Банникова С.В. Прецедентность как лингвокультурный феномен (на материале английских и русских текстов). 10.02.19 - теория языка: дис... канд. филол. наук. – Тамбов: 2004. – 182 с

129 Ворожцова О.А. Лингвистическое исследование прецедентных феноменов в дискурсе российских и американских президентских выборов 2004 года. ). 10.02.20: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2007. – 24 с.

130 Ворожцова О.А., Зайцева А.Б. Прецедентные имена в российской и американской печати // Известия Уральского Государственного Университета Проблемы образования, науки и культуры. -- Екатеринбург, 2006. - Вып. 20, № 45. - С. 222-229.

131 Денисова Е.В. Прецедентные фольклорные имена в английском и русском языках как проблема перевода (на материале художественных текстов). 10.02.04: дис... канд. филол. наук. – СПб., 2011. – 219 с.

132 Иванова Е.С. Когнитивно-прагматические особенности текстов англоязычной интернет-рекламы. 10.02.04-германские языки: автореф... канд. филол. наук. – М., 2012. – 23 с.

133 Кушнерук С.Л. Особенности функционирования прецедентных имён в российской и американской рекламе // Этногерменевтика и антропология. — Кемерово, 2004. - Вып. 10. - С. 461-467.

134 Кушнерук С.Л. Сопоставительное исследование прецедентных имён в российской и американской рекламе. 10.02.20: автореф... канд. филол. наук. – Челябинск: 2006. – 25 с.

135 Пикулева Ю.Б. Прецедентный культурный знак в современной телевизионной рекламе: лингвокультурологический анализ: 10.02.01: дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2003. – 230 с.

136 Рогозинникова Ю.В. Прецедентные феномены российского происхождения в американских и британских рекламных текстах периода холодной войны 1945–1989 // Взаимодействие языков и культур : материалы Международной научной конференции / Южно-Уральский государственный университет; Институт лингвистики и международных коммуникаций;

Тяньцзиньский университет иностранных языков. – Челябинск, 2018. – С. 53-57.

137 Дмитриева А.В. Прецедентные имена в текстах российской политической рекламы: лингвокультурологический и прагматический аспекты. 05.09.05.: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2022. – 28 с.

138 Дмитриева А.В. Прецедентные имена исторических деятелей и реалий в поликодовых видеотекстах российской и французской политической рекламы: коммуникативно-прагматический аспект / А.В. Дмитриева, М.В. Голомидова // Научный диалог. – 2019. – №8. – С. 25–40.

139 Дмитриева А.В. Прецедентные имена в российской политической рекламе: Репрезентация ценностных эталонов и культурных символов / А.В. Дмитриева // Вопросы Ономастики. – 2021. - №18 (2). – С. 177–195.

140 Чистова С.С. Сопоставительное исследование прецедентных феноменов в российской и американской рекламе бытовой техники и транспортных средств: 10.02.20: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2009. – 24 с.

141 Алексеева М.С. Прецедентные феномены в интернет-рекламе предприятий ресторанного бизнеса. 10.02.01: дис... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2009. – 236 с.

142 Алексеева М.С. Прецедентные феномены как источник коммуникативных неудач в рекламе предприятий ресторанного бизнеса/М.С. Алексеева // Политическая лингвистика / Гл. ред. А.П. Чудинов. - Екатеринбург, 2008. - Вып. (2)25.-С. 122-126.

143 Илюшкина М.Ю. Сопоставительный анализ прецедентных феноменов в английской и русской печатной рекламе в туризме // Актуальные проблемы лингвистики: материалы науч. конф. - Екатеринбург, 2005. - Вып. 18. - С. 53-54.

144 Илюшкина М.Ю. Прецедентные феномены в российской и британской печатной рекламе услуг. 10.02.20: автореф... канд. филол. наук. – Екатеринбург: 2009. – 25 с.

145 Мадиева Г.Б., Имя собственное в контексте познания: монография. 3-е изд., доп. - Алматы: Қазақ университеті, 2019. - 274 с.

146 Каримова Б.Ж., Жумагулова А.М., Албатыр И. Газет тақырыбындағы прецеденттік бірліктер қолданысы // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы. – 2023. - № 1 (142). – Б. 104-108.

147 Иманбердиева С. Қ. Ұлы жібек жолындағы прецедентті топонимдер // Еуразия гуманитарлық институты ХАБАРШЫСЫ. - 2022. - № 3. – Б.40-50.

148 Журавлева Е.А., Капарова Ж.Д. Прецедентные тексты начала XXI века. – М.: Флинта- Наука, 2007. – 160 с.

149 Караулов Ю.Н, Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2010. - 264 с.

150 Moiseenko L. V., Mikheeva N. F. Precedent phenomena of contemporary Russian and Spanish massmedia as cognitive structures of language personality // *Mundo Eslavo*. - 2020. - №19. - P. 7-24.

151 Velykoroda Y. Conceptual Metaphorization through Precedent-Related Phenomena in Media Discourse // *Studies About Languages*. – 2019. - № 34. - P. 32-45. <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.0.34.22088>.

152 Hart. C.. Metaphor and Intertextuality in Media Framings of the (1984–1985) British Miners’ Strike: A Multimodal Analysis // *Discourse & Communication*, № 11 (1). - P. 3–30. <https://doi.org/10.1177/1750481316683291>.

153 Shonoda M.A., Metaphor and Intertextuality: A Cognitive Approach to Intertextual Meaning-Making in Metafictional Fantasy Novels // *International Research in Children’s Literature*. – 2012. - № 5 (1). - P. 81–96. doi: 10.3366/ircl.2012.0045

154 Слышкин Г.Г. От текста к символу: Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. – М., 2000. – 128 с.

155 Таирова Н.А. Функционирование прецедентных текстов в русскоязычных и казахскоязычных газетах: дис. ... канд. филол. наук. – Алматы, 2002. – 134 с

156 Супрун А.Е. Текстовые реминисценции, как языковое явление // *Вопросы языкознания*. – 1995. - №6. – С. 17-30д

157 Войнова Л.А., Жуков В.П., Молотков А.И., Федеров А.И. Фразеологический словарь русского языка. – М., 1986. –543 с.

158 Қайдар Ә. Қазақтар ана тілі әлемінде: этнолингвистикалық сөздік. – Алматы: «Сардар», 2013. – 608 б.

159 Ахтанов Т., Көп томдық шығармалар жинағы. - Алматы: «Мереке баспасу», 2013. - 608 б.

160 Амренова Р.С., Каирбекова И.С. Қазақ халқының мәдени кеңістігі: лингвомәдениеттанымдық сөздік. - Көкшетау, «Мир печати», 2014. - 216 б.

161 Сайлауқызы А.. «Оян, қазақ!» феномені: әлемдік ақпарат кеңістігінде // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ. Журналистика сериясы. – 2021. - № 2(135). – Б.27-33.

162 Қазақ ауыз әдебиеті. «Елім-ай» / Қазақ ауыз әдебиеті. – қол жеткізу режимі: <https://bilim-all.kz/olen/8127.01.12.2023>.

163 Оңғарсынова Ф. – қол жеткізу режимі: <https://bilim-all.kz/olen/28503-Basynan-Qaratudyn-kosh-keledi>. 01.12.2023.

164 Крячко В.Б., Цветков И.А. Лексический анализ англоязычных заимствований (трикстер, пранк, спойлер, фейк, хайп) // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – № 6 (июнь). –<http://ekoncept.ru/2018/185021.htm>. 01.12.2023.

165 Белецкая Е. В, Клиноква Д.А., Дудкина А.Г. Литературный язык vs интернет-сленг // *Art Logos (искусство слова)*. – 2024. – № 3. – С. 162–175. DOI: 10.35231/25419803\_2024\_3\_162.

166 Ефанов А.А. Хайп как новый коммуникативный тренд // *Современный дискурсаанализ*. – 2018. – № 3 (20). – С. 144–150

167 Rebrina L.N. Internet Memes of 2019 - 2021 as Current Phenomenon of Internet Communication: Meanings of Unity and Disunity. Nauchnyi dialog. 2022. - №11(6). – P.235-267. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-6-235-268>.

168 Канашина С.В..Семантические особенности интернет-мема как полимодального дискурса // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. - 2018. - Вып. 16, №811. – С.4-80.

169 Радбиль Т.Б., Помазов А.И. Прецедентные феномены как средство создания аттрактивности в поликодовом тексте Интернета // Вестник Волгоградского государственного университета. Языкознание. – 2020. – Т. 19, № 1. – С. 140–153. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>.

170 Гудков Д.Б., Красных В.В., Захаренко И.В., Багаева Д.В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов//Язык, сознание, коммуникация. - М., 1997. – Вып. 1. – С.82-103.

171 Захаренко И.В. О целесообразности использования термина «прецедентное высказывание» // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов. - М., 2000. - Вып. 12. – С.46-53.

172 Мағауин М., Байділдаев М. Бес ғасыр жырлайды.– Алматы: Жазушы, 1989. – Т.1. – 384 с.

173 Каппасова А.Ш., Адилова А.С. Прецедентные явления в казахстанских и российских СМИ. Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: материалы XII Междунар. науч. конф. – Россия, Челябинск, 2024. - С.173-177.

174 Spitzer A. J. ‘a Wolf in Sheep’s Clothing’: Settler Voting Rights and the Elimination of the Indigenous Demos in Us Pacific Territories // Postcolonial Studies, (2019). -№22(2). – P. 131-149. doi: <https://doi.org/10.1080/13688790.2019.1591569>

175 Hayball H. J. A Wolf in Sheep’s Clothing? Jovan Rašković, the Serbian Democratic Party, and the “Serbian Question” in Croatia // East European Politics and Societies, 2017. - № 31(01). -P. 158-178. doi: <https://doi.org/10.1177/0888325416678043>.

176 Ахметов З. Қалың елім, қазағым.– Алматы: Атамұра, 2002. – 224 б.

177 Лотман Ю.М. Избранные статьи в трех томах. Статьи по семиотике и топологии культуры – Таллин, “Александра”, 1992.- Т.І. - С.191-199.

178 Токарев С.А. Мифы народов мира. – М.: Издательство «Советская Энциклопедия» 1980. – 1147 с.

179 Әлімбай Н. Қазақтың этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі: энциклопедия / мәтінд. дайынд. Ж. Бабақұлы; сурет.: Д. Шоқпарұлы; фото.: Д. Қатран, А. Қисабаев, Б. Хинаят; Қазақстан Республикасы мәдениет министрлігі ; Қазақстан Республикасы мемлекеттік орталық музейі .- Алматы : DPS , 2011.– Т. 1 .– 735 б.

180 Салықов К. Бір ауыз сөз: өлеңдер, поэмалар. – Нұр-Сұлтан: Фолиант, 2022. – 256 б.

181 Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений. – М.: «Локид-Пресс».Вадим Серов, 2003. – 677 с.

- 182 Абдуллин А.Р. Онтологическое мышление: виды и сущность – Уфа: РИО БашГУ, 2002. – 482 с.
- 183 Ускенбаева Р.М. Қазақ тіліндегі мифогемалардың этно-мәдени танымдық аспектісі (мифологиялық шығармалар негізінде): филос. д-ры (PhD) ... дисс. - Алматы, 2016. – 149 б.
- 184 Юнг К.Г. Человек и его символы / пер. Сиренко И.Н. ; Сиренко С.Н.; Сиренко Н.А. – М.: Медков С.Б., «Серебряные нити», 2016. – 352 с.
- 185 Minu S.N. Stockholm syndrome - A self delusive survival strategy // International Journal of Advanced Research. - 2015. - №3 (11).
- 186 Cassidy J. P. The Stockholm syndrome, battered woman syndrome and the cult personality: An integrative approach (Dissertation or Thesis). USA. - 2000.
- 187 Namnyak M., Tufton N., Szekely R., Toal M., Worboys S., Sampson E. L., Stockholm syndrome': psychiatric diagnosis or urban myth? // Acta Psychiatrica Scandinavica. - 2007. - №117 (1). <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1600-0447.2007.01112.x>.
- 188 Каппасова А.Ш., Адилова А.С. Прецедентті құбылыс және газет мәтіні // Торайғыров университетінің Хабаршысы. Филология сериясы.- 2023.- № 3. - Б.146-157.
- 189 Kappassova A. Sh., Adilova, A.S., ŞAhin, S., Burabaeva A. A. Identifying Universal Precedent Phenomena in Media Texts Using Python // Forum for Linguistic Studies. - №6(6). – P. 528–540. DOI:<https://doi.org/10.30564/fls.v6i6.7318>.
- 190 Ozyumenko V. Media Discourse in an Atmosphere of Information Warfare: From Manipulation to Aggression // Russian Journal of Linguistics, 2017. - №21(1). – P. 203 - 220.
- 191 Ислам А. Ұлттық мәдениет контексіндегі дүниенің тілдік суреті: филол. ғыл. докт. ... автореф. – Алматы, 2004. – 52 б.
- 192 Болотина К.Э. Прецедентные феномены в языковой картине мира квебекцев // Russian Journal of Linguistics. - 2016. - Т. 20, №2. - С. 61-76.
- 193 Иманбердиева С. Тарихи ономастикалық кеңістік (X-XI/ ғғ. Түркі жазба ескерткіштері негізінде). – Алматы, «Сөздік-Словарь» ЖШС, 2010. – 378 б.
- 194 Әшімханова Ф.М. Қазақ тіліндегі антропонимдердің лингвомәдени жүйесі: фил. ғыл. канд. ... диссертациясы. – Алматы: А. Байтұрсынов атындағы тілі білімі институты, - 2007. – 112 б.
- 195 Жанұзақ Т. Қазақ ономастикасы. «1С-Сервис» ЖШС, 2006. – Т.1. - 400 б.
- 196 Amirbekova A. Periphrases formed in the public consciousness // Tiltanym. – 2020. - №(3). – P.50-56.
- 197 Қайдар Ә. Ғылымдағы ғұмыр Қазақ тілі этимологиясының ғылыми-теориялық негіздері – Алматы: «Сардар» баспа үйі, 2014. – 256 б.

## ҚОСЫМША А

### Медиамәтіндегі прецедентті құбылыстар сөздігі

Кесте А.1 – Прецедентті мәтіндердің көрінісі

БАҚ-тағы прецедентті феномендердің қолданысы	Алынған дереккөздері.
1	2
Жазу мен жазбау немесе жазбай қалу (ЖА., 30.09.2023)	Быть или не быть (Монолог Гамлета)/ Шекспир
«Бір өкініш, бір үміт» (ҚӘ, 07.10.06)	Б. Нұржекеев «Бір өкініш, бір үміт» романы
Алдымыз құлама жар, артымыз қызыл жалын (ЖА., 02.10.23)	«Ресей – кең-байтақ, бірақ шегінерге жер жоқ, артымызда – Мәскеу» / Б.Момышұлы
«Ұйқыдағы арулар». Сайлаудан кейін партиялардың бетінен кім сүйеді? (ЖА., 28.10.23)	Шарль Перроның «Ұйқыдағы ару» ертегісі
Қыр жағалаған мұғалім (ЖА., 26.10.23)	Дж Сэлинджер «Жар жағалаған жалғыз» романы
Сатылып жатқан виза бар, Нұртілеу, неге көрмейсің? (ЖА., 13.10.23)	«Ай, хан, мен айтпасам білмейсің» / Асан қайғы
«Саяжайда халқың бар, оны неге көрмейсің!» (Ұлт, 27.12.16)	«Ай, хан, мен айтпасам білмейсің» / Асан қайғы
Қалауын тапсаң, кәсіп көп (А., 09.11.22)	«Қалауын тапсаң, қар жауар» / мақал
Сахна «бөтен» сөзбен былғанбасын! (А., 25.11.22)	«Өлең - сөздің патшасы, сөз сарасы» / Абай
Көпен кетіп барады, Көпен кетіп, шын күлдіріп қазақты, шын жылатып! (А., 11.11.22)	«Көпен кетіп барады, Көпен кетіп...» / Қ. Сарин
Ойыншық ойлаған озар (А., 30.07.22)	Асық ойнаған азар, Доп ойнаған тозар, Бәрінен де қой бағып, Қозы өсірген озар. / Мақал-мәтел
Смағұлдың хаты (А., 27.04.22)	«Бесеудің хаты» / Алаш арыстарының хаты
«Ана сүті бой өсіреді, ана тілі ой өсіреді» (АТ., 6.10.22)	«Ана сүті бой өсіреді, ана тілі ой өсіреді» / Мақал-мәтел
Ананың тілі... (АТ., 17.11.22)	«Анамның тілі» әні
Тілін білмеген, түбін білмейді (АТ., 09.06.22)	Б. Момышұлының қанатты сөзі
«Бәрі, бәрі есімде...» (АТ., 17.11.22)	«Бәрі есімде» әні

А.1-кестенің жалғасы

1	2
Ауылдан адам көшкенмен... (АТ., 03.11.22)	«Ауылға сағыныш» әні
Мәскеуді де, Брежневті де көргенбіз...(АТ., 02.10.22)	Өскенді де көргенбіз, бөскенді де көргенбіз, Өсіп-бөсіп ақыры өшкенді де көргенбіз. Болғанды да көргенбіз, толғанды да көргенбіз, Болып, толып ақыры солғанды да көргенбіз. Асқанды да көргенбіз, тасқанды да көргенбіз, Асып-тасып ақыры сасқанды да көргенбіз. / Қ.Жармағанбетов өлеңі
Адам болатын бала алысқа қарайды! (АТ., 15.10.22)	Адам болатын бала алысқа қарайды / Мақал-мәтел
Әлемде талай подкаст бар...(АТ., 14.07.22)	«Әлемде талай қызық бар» деген энциклопедия
Қазіргі балалар «заманынан өте туған», ақылды (АТ., 16.06.22)	Бір бала бар – атасына жете туады, Бір бала бар – атасынан өте туады, Бір бала бар – көтінен кері кете туады. / Қазыбек бидің сөзі
«Көк тудың желбірегені»... кімге керек? (АТ., 02.06.22)	«Көк тудың желбірегені» әні
Әйелдің жасын сұрама, әйелдің жасы – 63 (АТ., 19.05.22)	Алқалы топқа енсеңіз, Ақын жырына сенсеңіз, Әйелдің жасын сұрама, Әйелдің жасы – он сегіз! / Иран-Ғайыптың өлеңі
Бюджеттің де сұрауы бар (АТ., 14.14.22)	Судың да сұрауы бар / Мақал-мәтел
«Айттым құлдық, қаламқас» (АТ., 24.11.22)	«Айттым сәлем, Қаламқас!» әні / Абай
«Е, бақытсыз жазушы – мен сені аяймын» (АТ., 11.08.21)	«Бақытсыз Жамал» романы / М. Дулатов
Сенген сериалым сен болсаң...(АТ., 01.12.22)	Сенген қойым сен болсаң, күйсегеніңді ұрайын! / Нақыл сөз
Аңыздың ақыры (АТ., 24.11.22)	«Аңыздың ақыры» Ә. Кекілбаевтің романы
Робот жасап, оқып жүр талай қазақ баласы (АТ., 07.10.21)	«Интернатта оқып жүр, талай қазақ баласы» / Абай

А.1-кестенің жалғасы

1	2
Биыл Алпамыс мектепке бара ма? (АТ., 11.08.21)	«Алпамыс мектепке барады» кинофильмі
Ұстазы жақсының... (АТ., 24.12.20)	Ұстазы жақсының ұстамы жақсы / нақыл сөз
«Нұр-Сұлтанға» бір қуанып, Астанаға бір қуанып (ЖА., 20.09.22)	Көк шыққанға бір қуанып, Шөп шыққанға бір қуанып Өмір өтті-ау зырғып ағып, зырғып ағып / ән мәтіні
Ескі Қазақстан есіркей ме? (ЖА., 19.08.22); Жаңа әкім жарылқамас, ескі министр есіркемес (ЖА., 15.02.22)	Ескі айда есіркеп, Жаңа айда жарылқа. / Мақал-мәтел
Ұраны жоқ, мұраты жоқ, қазақ, қайда барасың? (ЖА., 11.01.23)	«Аяғөз, қайда барасың?» / Д. Бабатайұлы
Банкрот болдым, мінекей... (ЖА., 02.02.23)	«Болыс болдым, мінекей» / Абай
Мешіт, мектеп һәм мемлекет (ЖА., 09.11.22)	«Аққу, шортан һәм шаян» / А. Байтұрсынов

## ҚОСЫМША Б

### Сауалнама сұрақтары

Прецедентті айтылымның жастардың күнделікті өміріндегі қолданысын анықтау үшін қойылған сұрақтар:

- «Прецедент», «прецеденттік құбылыс», «прецеденттік есім», «прецеденттік жағдай» деген ұғымдар сізге таныс па? Қандай түсінік қалыптасады?

- Ата-аналарыңыз, достарыңыз тарапынан көп айтылатын мақалдар, қанатты сөздер не тұрақты сөз тіркестері?

- Күнделікте өмірде қолданатын мақал-мәтелдеріңіз қандай? (Мысалы: дос жылатып айтады; өз үйім – өлең төсегім)

- Күнделікте өмірде қолданатын фразеологизмдер бар ма? (Мысалы: екі езуі екі құлағында; аузында сөз тұрмайды)

- Күнделікте өмірде қолданатын әннен, өлең жолдарынан, жарнамадан, кинолардан үзінділер келтіріңіз (Мысалы: оқы, оқы және оқы; сникерсни, не тормози; надо, Федя, надо!; бұл – махаббат! (Райм мен Еркенің әні) ?

**ҚОСЫМША В**  
Авторлық куәлік

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ

РЕСПУБЛИКА КАЗАХСТАН

**АВТОРЛЫҚ ҚҰҚЫҚПЕН ҚОРҒАЛАТЫН ОБЪЕКТІЛЕРГЕ ҚҰҚЫҚТАРДЫҢ  
МЕМЛЕКЕТТІК ТІЗІЛІМГЕ МӘЛІМЕТТЕРДІ ЕНГІЗУ ТУРАЛЫ**

**ҚУӘЛІК**

2025 жылғы «4» тамыз № 61193

Автордың (лардың) жөні, аты, әкесінің аты (егер ол жеке басын куәландыратын құжатта көрсетілсе):  
**КАШПАСОВА АЙГЕРИМ ШУҒАЕВНА, БУРАБАЕВА АЙДАНА АМАНЖОЛҚЫЗЫ**

Авторлық құқық объектісі: **ЭЕМ-ге арналған бағдарлама**

Объектінің атауы: **Мәтінтану**

Объектіні жасаған күні: **03.03.2025**



Құжат тұлғасыналығын <http://www.kazpatent.kz/ru> сайтының  
"Авторлық құқық" бөлімінде тексеруге болады. <https://copyright.kazpatent.kz>

Подлинность документа возможно проверить на сайте [kazpatent.kz](http://kazpatent.kz)  
в разделе «Авторское право» <https://copyright.kazpatent.kz>

ЭЦҚ қол қойылды

С. Ахметов