Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

ӘОЖ 316.472.4:81271 Қолжазба құқығында

**КУРМАНБЕКОВА ЗУЛЬФИЯ РАХМАТДИЛДАЕВНА**

**Тілдік қатынасты жүзеге асырудағы әлеуметтік желінің рөлі**

**(қоғамдық сана және тіл мәдениеті мәнмәтінінде)**

8D02305 – Филология

Философия докторы (PhD)

дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Ғылыми кеңесшісі

филология ғылымдарының кандидаты,

профеcсор

Сарекенова Қ.Қ.

Шетелдік ғылыми кеңесші

филология ғылымдарының докторы,

профессор

Мустафа Өнер

(Егей университеті, Түркие)

Қазақстан Республикасы

Астана, 2024

**МАЗМҰНЫ**

|  |  |
| --- | --- |
| **АНЫҚТАМАЛАР** ......................................................................................... | 3 |
| **БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР**................................................... | 5 |
| **КІРІСПЕ**........................................................................................................... | 6 |
| **1 ҚАЗІРГІ ҒЫЛЫМИ ПАРАДИГМАЛАР АЯСЫНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІ**.......................................................................... | 12 |
| 1.1 Ғаламтор тілі – қарым-қатынастың ерекше құралы және зерттелуі..... | 12 |
| 1.2 Әлеуметтік желі қатынасы – тілдің жұмсалу құралының бірі ............. | 24 |
| 1.3 Тіл мәдениеті және әлеуметтік желі........................................................ | 35 |
| Бірінші бөлім бойынша қорытынды ............................................................ | 49 |
| **2 ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІНІҢ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ**.............................................................................................. | 52 |
| 2.1 Әлеуметтік желідегі қатынастың лингвостилистикалық ерекшеліктері.................................................................................................... | 52 |
| 2.2 Әлеуметтік желідегі қатынастың прагматикасы.................................... | 66 |
| 2.3 Әлеуметтік желі қолданушыларының коммуникативтік типтері......... | 74 |
| 2.4 Әлеуметтік желі қолданушыларының тілдік ғаламдық бейнесі .......... | 90 |
| Екінші бөлім бойынша қорытынды ............................................................... | 97 |
| **3 ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІНІҢ ТІЛДІК-БЕЙВЕРБАЛДЫҚ ТҰРҒЫДАН ТҮРЛЕНУІ**.............................................................................. | 99 |
| 3.1 Бейвербалды амалдардың әлеуметтік желі тіліндегі ерекшеліктері.... | 99 |
| 3.2 Эмотикондар – әлеуметтік желінің дәстүрлі бейвербалды жүйесі....... | 109 |
| 3.3 Интернет-мемдер – әлеуметтік желі тіліндегі тілдік және бейвербалды жаңа құрал ................................................................................ | 118 |
| Үшінші бөлім бойынша қорытынды.............................................................. | 126 |
| **ҚОРЫТЫНДЫ**............................................................................................... | 129 |
| **ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**......................................... | 134 |
| **ҚОСЫМША А –** Сауалнама......................................................................... | 140 |

**АНЫҚТАМАЛАР**

Диссертациялық жұмыста төмендегідей терминдер мен олардың анықтамалары қолданылады:

**Адресант** – сөз субъектісі, сөйлеуші, прагматиканың орталық категориясы, коммуникативтік үдерісті ұйымдастырушы.

**Адресат** – ақпаратты қабылдаушы, оқырман немесе тыңдарман, прагматиканың, сөз мәдениетінің, психолингвистиканың, әлеуметтік лингвистиканың, когнитивтік лингвистиканың іргелі ұғымы.

**Ақпарат** – деректер мен оқиғалар, үдерістер туралы хабарламалар. Адамға түрлі арналар арқылы келіп, оның санасында өңделіп, сұрыпталатын, кодталатын мәліметтер, деректер, білім; қатынас үдерісінде тілдік құрылымдар арқылы ұсынылып жеткізілетін білім.

**Антропоөзектік парадигма** – тілді адамның танымдық ойлау қабілетімен тығыз байланысты қарау. Қазақ тіл білімінің қазіргі мәселелері осы парадигма негізінде зерттеліп, қазақ тілінің жүйелі-қызметімен қатар, танымдық қызметінің аясы кеңейе түсті, аталған парадигма бойынша қалыптасып отырған салалар: этнолингвистика, психолингвистика, әлеуметтік лингвистика, прагмалингвистика, когнитивтік (танымдық) тіл білімі, лингвомәдениеттану.

**Ауызша тіл** – алдын ала дайындықсыз, тікелей қарым-қатынас жасау барысында жүзеге асатын сөйлеу тілі.

**Әлеуметтік желі тілі** – ауызша және жазбаша формада көрініс таба отырып, виртуалды қатынаста (ортада) қолданылатын тіл. Әлеуметтік желі тілі стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, жылдамдығымен сипатталады.

**Бейвербалды құралдар** – әлеуметтік желі тілінде экспрессивтілік пен эмоцияны білдіру үшін қолданылатын тілдік емес амалдар; ғаламтордың жанрлық құрылымдарының күрделене түсуі мен дамуына орай қазіргі кезде бейвербалды амалдар көбеюде; олардың эмотикондар мен стикерлер, демотиваторлар, Интернет-мемдер, комикстер т.т. тәрізді түрлері бар.

**Білім** – шындық болмыстың шынайы қасиеттері мен белгілерінің адам санасында бейнеленуі, жадтың бір бөлігі, санада сақталатын мәліметтер.

**Ғаламтор тілі** – электронды қатынасқа негізделе отырып пайда болған, қатынастың үшінші түріндегі тілдік қарым-қатынас.

**Дискурс** – тілдік қатынас түрі, аясы; кең мағынасында, дискурс – уақыттың тілдік-мәдени мәнмәтіні, рухани-идеологиялық мұра, дүниетаным, көзқарас; тар мағынасында, дискурс – белгілі бір мағыналы, құнды іс-әрекеттің (актінің) нақты тілдік шындығы.

**Интернет-дискурс** (виртуалды дискурс) – адамдар арасындағы виртуалды қатынас аясы, адам санасындағы когнитивтік үдеріс тетіктерін қамтитын прагматикалық, әлеуметтік-мәдени, психологиялық факторлар жиынтығынан тұратын мәтіндерді түзу үдерісі.

**Жазбаша (жазба) тіл** – жазу негізінде қалыптасқан, саналы әрекетке негізделген өзіндік дәстүрі бар тіл.

**Интернет-қатынас** – ғаламтор желісіндегі виртуалды қатынас түрі, ақпаратпен бөлісу, өзін-өзі таныту, жарнамалау; ғаламтор арқылы ақпарат алмасу және адамдар арасындағы қарым-қатынасты сипаттайтын коммуникативтік әрекет.

**Интернет-мемдер** – әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін және жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған мәдени код; бейвербалды амалдың бірі.

**Қатынас** (коммуникация) – латын тілінен аударғанда «ортақ атқару», «хабарлама» деген мағынаны білдіреді, кез келген қатынастың екі жағы болады: сөйлеуші – тыңдаушы, адресант – адресат, жазарман (жазушы) – оқырман (оқушы), хабар таратушы – хабар алушы.

**Мәтін** – автор ойының шынайылығы, оның шығармашылық ниетін жарыққа шығару. Адам мен оның әлемі жайындағы білімін жеткізу үшін, ұғым-түсініктерін автор санасынан сыртқа шығарып, өзге де адамдардың игілігіне айналдыру мақсатымен жасалады.

**Парадигма** – 1) белгілі бір сөз табындағы сөз жасауға үлгі болып табылатын флективтік өзгерістер жиынтығы; 2) белгілі бір лексикалық бірліктердің сөзді түрлендіру формаларының жиынтығы; 3) парадигма деп барлығы қолдайтын және белгілі бір уақыт аралығында ғылыми қауымға алдына қойылар міндеттер мен оларды шешу жолдарының моделін ұсынатын ғылыми жетістіктер аталады (Т.Кун).

**Прагматика** – семиотиканың негізгі құрамдас бөлігі, хабарлама адресатына ықпал ету.

**Сана** – адам ойы, сезінуі мен еркі арқылы шындықты білдіре алу қабілеті, сол шындықты бейнелеу үдерісінің өзі; адамның құндылықтарды, заттар мен құбылыстардың әмбебап байланысын тану мүмкіндіктері әрі сол сабақтастық негізінде әрекет ету өзгешеліктері.

**Таным** – шындық болмыстың ойлауда бейнеленуі мен қайта еске түсірілу үдерісі. Таным нәтижесінде білім жинақталады. Таным – ақпаратты қабылдау, түсіну, елестету, репрезентациялау (жеткізу) және туындату жүйелерінің өзара әрекеттестігі.

**Тіл (сөз) мәдениеті** – әдеби тілдің ауызша, жазбаша түрлеріне тән нормаларды игеру, сөзді дұрыс қолдана білу.

**БЕЛГІЛЕУЛЕР МЕН ҚЫСҚАРТУЛАР**

|  |  |
| --- | --- |
| ҚР | – Қазақстан Республикасы |
| БАҚ | – бұқаралық ақпарат құралдары |
| ҒТБсі | – ғаламның тілдік бейнесі |
| «АКА» | – аса көп ақпарат |
| ЖҒБ | – желілік ғаламның бейнесі |
| КЖҚ | – компьютерлік-жанама қатынас |
| IRC | – Inetrnet Relay Chat |

**КІРІСПЕ**

**Зерттеу жұмысының жалпы сипаттамасы**. Қазақ әдеби тілі сан салалы. Қазіргі қоғамдық шындық – ғаламтордың пайда болуымен қазақ тілі өзінің қолданылу аясын жаңа коммуникативтік ортада кеңейте түсті. Электронды немесе виртуалды орта деп аталатын бұл қатынас (коммуникация) алаңы өзге тілдер сияқты қазақ тілі үшін де қызмет ортасына айналды.

Бұл диссертациялық жұмыс әлеуметтік желі тілінің тілдік қатынасты жүзеге асырудағы рөліне, оның лингвостилистикалық ерекшеліктеріне арналады. Әлеуметтік желі тілі тіл біліміндегі қазіргі ғылыми парадигмалар тұрғысынан қарастырылып, оның лингвистикалық негіздері, прагматикасы, желі тіліндегі коммуникативтік стратегиялар мен типтер, бейвербалды амалдардың көрінісі сипатталады.

**Зерттеу жұмысының өзектілігі**. Бүгінгі таңда ақпараттық технологиялардың жылдам дамуы ғаламтор кеңістігін тудырды, қазіргі кезде ғаламтор – қоғамдық мәдениеттің ажырамас бөлігі болып саналатын өркениет дамуындағы негізгі тетік.

ҚР Президенті Қ.К. Тоқаев: «Қазір – интернет дәуірі... Дәстүрлі ақпарат құралдарымен қатар, әлеуметтік желіге баса мән беру қажет» деп атай отырып, «Біз ғаламдық өркениеттің көшінен қалып қоймауымыз керек» деген байыпты ой айтады [1].

Қазақстандық билік қазақ тілінің білім мен ғылым тіліне айналып, оның қолданылуы аясының кеңейе түсуін әрқашан назардан тыс қалдырмайды, қазақ тілін дамытуды мемлекеттік саясаттың басым бағытының бірі санайды. ҚР тіл саясатын іске асырудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасында «Халықаралық алаңдарда қазақ тілін өрістету» жайында нақты міндеттер қойылған [2]. ҚР тіл саясаты ғылыми тұрғыдан да нақтыланып, оның өзекті мәселелері мен тарихы үнемі айқындалып отырады [3].

Мемлекеттік тілдің қолданысын ІТ жобаларының негізінде кеңейту іс-шаралары қолға алынуда. Осы сипаттағы жұмыстардың нәтижесі де жоқ емес: «Әлемнің басты ақпарат құралдары қазақша шығып жатыр. Жақында әйгілі «APPLE» компаниясы қазақ тілін IOS-тың тілдер жүйесіне қосты. Әлемнің 40 еліне тарайтын «NICKEL ODEON» телеарнасы қазақша көрсетіле бастады. Жастардың бастамасымен «NATIONAL GEOGRAPHIC» журналы 6 жылдан бері ана тілімізде жарық көруде» [1].

Ғаламтор – кез келген ақпараттың жинақталатын ортасы, сақталатын қоймасы және тарататын арнасы. Ғаламтордың қолданысқа енуі лингвист ғалымдар алдына жаңа зерттеу нысанын – «Тіл және ғаламтор» мәселесін қойды. Бұл адам өміріндегі ғаламтор мен компьютер рөлінің артуымен, сондай-ақ компьютерлік-жанама қатынас (ҚЖҚ) аясында жасалатын мәтіндердің көбеюімен тығыз байланысты.

ХХІ ғасырдағы қазақ технологиялық мәдениетінің басты жетістігі мен ерекшелігі – ғаламтордың қазіргі заманда барлық салаға толықтай енуі болып табылады. Компьютер мен ғаламтордың арқасында тілімізде жаңа коммуникативтік орта – ауызша және жазбаша қатынас арқылы бір-бірін толықтыратын, әрі жақсы үйлесетін электронды/виртуалды орта пайда болды. Бұл үйлесім қазақ тілінде электронды/виртуалды мәтіннің қалыптасуы мен дамуына ықпал етіп, объективтік шындық ретінде көрініс табуына мүмкіндік берді. Қазақ тілі де өзге тілдер тәрізді өзгерістерге, тіларалық және технологиялық құбылыстардың ықпалына ұшырады.

Көптеген коммуникативтік тәжірибелер ғаламтор желісіне ауысты: желіде тілді қолдану қарқыны барған сайын күшейе түсуде, бұл өз кезегінде ерекше коммуникативтік ортаның, ерекше коммуникативтік кеңістіктің қалыптасуына мүмкіндік беріп отыр. Әлемдік тіл білімінде Интернет лингвистикасы бойынша ерекше бағыттағы зерттеулер пайда болуда.

Ғаламтор ішіндегі «ғаламтор» іспеттес болған әлеуметтік желінің тілі де ғалымдардың назарын жиі аударып жүр. Қандай тіл болмасын екі түрлі формада жүзеге асатындығы белгілі: ауызша және жазбаша. Әлеуметтік желі пайда болғалы қатынастың үшінші формасы дүниеге келді, ол аталған екеуінің басын біріктіре отырып, өмір сүру тәртібіне сай өзіне тән ерекшеліктерімен сипатталатын виртуалды қатынас тілі. Бұл тілдің жаңа аяда қолданылуын көрсетеді, тілдік бірліктердің желі қарым-қатынасындағы өзіндік жұмсалу ерекшеліктерін анықтайды. Қазіргі қоғамдық санада тілдік қатынасты іске асыратын құрал ретінде әлеуметтік желінің тілдік бейнесін айқындайтын лингвистикалық бағыттағы зерттеулердің өзектілігін тудырды.

Қазақ тіл білімінде ғаламтор тілі, соның ішінде әлеуметтік желі тілі мүлде сөз болмады деп айта алмаймыз (Г.Н. Смағұлова, Г. Сәрсеке, К.Қ. Садирова, Ж.А. Сарсенбай, А.А. Жумагулова, Г.О. Заурбекова, А. Үдербаев, Е. Жұматаев және т.б.), сол еңбектердің көбінде желі тіліндегі әдеби нормадан ауытқушылықтар аталады. Әлеуметтік желі тіліндегі тілбұзарлық үрдістер сыналады. Сонымен бірге ғаламтор желісінің қоғамдық санаға сіңісіп кеткені соншалық, «виртуалды өмірден» алшақтағысы келмейтіндер саны күн өткен сайын көбейіп жатқандығын бірауыздан мойындайды. Қазақтілді әлеуметтік желінің сапалы мазмұнын қалыптастыру – қазіргі қоғам міндетінің бірі болса, ондай мәселенің шешілуінің бір жолы – әлеуметтік желі тілін лингвистикалық тұрғыдан ғылыми зерттеуде деп санаймыз. Отандық тіл білімінде әлеуметтік желі тілін қазіргі ғылыми парадигмалар тұрғысынан, антропоөзектік парадигма тұрғысынан зерделеу әлде де болса аз, диссертациялық жұмыс сол олқылықтардың орнын толтырады деп үміттенеміз.

Бұл баяндалған жайттар зерттеу тақырыбының өзектілігін көрсетеді.

**Зерттеу жұмысының нысаны**. Қазақтілді әлеуметтік желілердегі, Facebook, Вконтакте, веб-парақшаларындағы жазбалар (диалогтар), комментарийлер, статустар, бейвербалды амалдар, Интернет-мемдер.

**Зерттеу жұмысының пәні**. Әлеуметтік желі тілінің ерекшеліктері мен мәдениеті.

**Зерттеу жұмысының мақсаты.** Әлеуметтік желі тілін тілдік қатынасты жүзеге асыратын құрал ретіндегі орнын, қоғамдық сана және тіл мәдениеті аспектісінде лингвостилистикалық ерекшеліктерін айқындау, тілдік және бейвербалдық жағынан түрлену жолдарын анықтау.

Осы мақсатқа қол жеткізу үшін мынадай нақты міндеттер қойылды:

**Зерттеудің міндеттері:**

– қарым-қатынастың ерекше құралы ретіндегі ғаламтор тілінің мәнін, зерттелу барысын анықтау;

– әлеуметтік желі тілінің жұмсалу тәсілдерін және өзіндік лингвистикалық ерекшеліктерін айқындау;

– тіл мәдениеті тұрғысынан желілік этикетті және оған кері әсер ететін факторларды анықтау;

– әлеуметтік желі тілінің өзіне тән тілдік ерекшеліктерін айқындау;

– әлеуметтік желі тілін прагматикалық аспект тұрғысынан сипаттау;

– әлеуметтік желі қолданушыларының коммуникативтік стратегиялары мен тілді жұмсау ерекшеліктеріне сай коммуникативтік типтерін айқындау;

– тілдік және бейвербалды амалдардың әлеуметтік желі тіліндегі қолданылу сипатын, қамтитын тақырыптары мен күрделенуін, мәні мен маңызын анықтау.

**Зерттеу жұмысының теориялық-әдіснамалық негіздері**. Зерттеу жұмысын жүргізуде шетелдік, ресейлік және қазақстандық ғалымдардың еңбектері басшылыққа алынды. Атап айтқанда, сөйлеу актілерінің теориясы (Дж. Остин, Дж.Р. Серл, Т.А. Ван Дейк, З.Ш. Ерназарова, Б.А. Ахатова т.б.), тілдік қатынас (Г.В. Колшанский, А.А. Леонтьев, Ф. Оразбаева, Б. Момынова т.б.), лингвопрагматика (Ч.У. Моррис, В.А. Маслова, З.Ш. Ерназарова, Қ.Ө. Есенова, Д. Әлкебаева т.б.), когнитивтік лингвистика (Ж. Манкеева, Э.Д. Сулейменова, Э.О. Оразалиева т.б.), тіл мәдениеті, стилистика (М. Балақаев, Р. Сыздық, М. Серғалиев, Н. Уәлиұлы т.б.), ғаламтор тілі (Д. Кристал, Н. Фейрклау, Е.И. Горошко, Г.Н. Смағұлова, Г. Сәрсеке, К.Қ. Садирова т.б.) бойынша зерттеулердегі тұжырымдарға сүйендік.

**Зерттеу жұмысының әдіс-тәсілдері**. Диссертациялық жұмыста келесідегідей арнайы лингвистикалық әдістер қолданылды: тілдік бірліктерді құрылымдық-функционалдық талдау, жіктеу мен жүйелеу, прагматикалық талдау, салыстыру мен ішінара салғастыру, компоненттік және мәнмәтіндік талдау әдістері қолданылды. Сауалнама және лингвистикалық бақылау барысында жаппай сұрыптау әдісі пайдаланылды. *Әлеуметтік мониторинг* (әлеуметтік желі тіліндегі тілдік бірліктердің ерекшеліктерін талдау), *мазмұндық талдау* (әлеуметтік желі тіліндегі комментарийлерді талдау, желі қолданушылардың тіл ерекшеліктерін талдау) әдістері қолданылды.

**Зерттеу жұмысының дереккөздері**. Жұмыстың тілдік деректері ретінде Facebook, Вконтакте, веб-парақшаларындағы жазбалар, диалогтар, комментарийлер, әртүрлі тақырыпқа жазылған постар, статустар мен бейвербалды материалдары (эмотикондар, стикерлер, Интернет-мемдер) алынды.

Зерттеу жұмысында талданған тілдік материалдардың жалпы саны 3000-нан астам бірлікті қамтиды. Мұнымен қоса әлеуметтік желі тілін мазмұндық жағынан байыта түскен жүзге жуық бейвербалды, тілдік-бейвервалдық (Интернет-мемдер) құралдар талдау бірліктері ретінде қызмет етті. Диссертациялық жұмыста тілдік материалдардың мазмұнынын көрсететін суреттер (он бірден аса), кестелер (онға жуық) пайдаланылды.

**Зерттеу ғылыми жаңалығы:**

Диссертациялық жұмыс қазақ тіл білімінде ғылыми сипаттамасын әлі толық алмаған әлеуметтік желі тілін лингвостилистикалық тұрғыдан кешенді сипаттауға арналған. Бұл зерттеу жұмысының ғылыми жаңалығына жатады:

– ерекше коммуникативтік орта ретінде ғаламтор тілінің зерттелу бағыты анықталды;

– әлеуметтік желі қатынастың жаңа түрі ретінде тілдік бірліктердің өзіндік жұмсалу ерекшеліктерін, оған тән негізгі белгілерді көрсетеді және ғылыми зерттеулер үшін жаңа тілдік материалдар ұсынады;

– қоғамдық санада желілік этикет мәселелері пайда болды, оны қалыптастыру барысы және тіл мәдениетіне кері факторлар анықталды;

– әлеуметтік желінің прагматикалық қыры мен желі қолданушыларының стратегиялық мақсатына байланысты олардың коммуникативтік типтері алғаш көрсетілді;

– желілік ғалам бейнесі ұғымының терминдік мәні алғаш қарастырылды;

– әлеуметтік желі қатынасының бейвербалды амалдарды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіруі қарастырылды.

**Зерттеу жұмысының теориялық маңызы**. Зерттеу жұмысында қарастырылған мәселелер қазақ тіл білімінің бірқатар салаларын, соның ішінде, лингвопрагматика, мәтін лингвистикасы, дискурс теориясы, когнитивтік лингвистика, лингвостилистика және тіл мәдениеті бойынша теориялық тұрғыдан жаңа тұжырым, түйіндермен толығуына септігін тигізеді.

**Зерттеу жұмысының практикалық маңызы**. Зерттеу нәтижелерін, жинақталған материалдар мен тұжырымдарды «Қазіргі қазақ тілі», «Әлеуметтік лингвистика», «Тілдік қатынас негіздері», «Тіл мәдениеті», «Стилистика және тіл мәдениеті», «Қазіргі БАҚ тілі» сияқты ғылыми курстар мен арнаулы семинарларды жүргізуге, сонымен қатар ғаламтор тілінің сөздігін түзу үшін пайдалануға болады.

**Зерттеу жұмысы бойынша қорғауға ұсынылатын тұжырымдар**:

1. Ғаламтор тілі жазбаша және ауызша тіл элементтерін қосады, сондай-ақ өзіндік тіл ерекшеліктерін де сақтайды, бұл ерекшелік компьютерлік қарым-қатынасқа негізделетіндіктен, ғаламтор тілін жаңа қарым-қатынас түріне айналдырады және өзіндік дискурс типі болып саналады.

2. Әлеуметтік желі қарым-қатынастың жаңа түрі ретінде дүниеге келген әлеуметтік-коммуникативтік тәжірибе және орта, оған тән белгілер: 1) анонимділік; 2) желідегі байланыстың желі қолданушысының еркі мен қалауы бойынша іске асатындығы; 3) эмоционалдылықты беруде мәтінмен қоса бейвербалды амалдардың қолданылуы; 4) желідегі әрекеттердің жалпыға ортақ әлеуметтік нормалардан ауытқушылығы.

3. Тіл мәдениеті жаңа коммуникативтік орта – әлеуметтік желінің ерекшеліктеріне сай бейімделеді. Кеңістік-уақыттық шектеулердің болмауы, синхронды және асинхронды қарым-қатынас жасау мүмкіндігі, жоғары дәрежедегі анонимділік және Интернет-қатынастың адам қызметінің барлық салаларында қолданылуы ерекше желілік этикеттің пайда болуына ықпал етті.

4. Әлеуметтік желі тілі келесідегідей лингвостилистикалық белгілермен ерекшеленеді: 1) коллоквиализация; 2) экспрессивтілік; 3) көпкодтылық; 4) сөйлеудің тұрпайылануы мен жұтаңдығы, көптілділік сипат алуы.

5. Әлеуметтік желілердегі прагматикалық аспект желі қолданушыларына сайт ұсынатын техникалық мүмкіндіктермен тығыз байланысты. Әлеуметтік желідегі қарым-қатынас арналарының іске асу сипатына қарай негізгі төрт стратегиялық бағыты айқындалды: 1) байланыстық; 2) ақпараттық; 3) үйлестірушілік; 4) эмотивтілік.

6. Әлеуметтік желідегі желі қолданушыларының стратегиялық мақсатына байланысты олардың бірнеше коммуникативтік типтері ажыратылады.

7. Әлеуметтік желіде бейвербалды құралдар экспрессивтілік пен эмоцияны білдіру үшін қолданылады. Эмотикондар нені бейнелейтіндігіне қарай бес топқа ажыратылады: 1) нақты эмотикондар; 2) адамдар; 3) табиғат; 4) тағамдар; 5) заттар мен символдар.

8. Интернет-мемдер – ғаламтордың жанрлық құрылымдарының күрделене түсуі мен дамуына орай пайда болды. Интернет-мем – әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін және жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған мәдени код.

**Зерттеу нәтижелерінің жарияланымдары.** Зерттеу жұмысының басты нәтижелері 7 ғылыми мақалада көрініс тапты. ҚР ҒЖМБ Ғылым және жоғары білім саласындағы бақылау комитеті (ҒЖБСБК) ұсынған тізімге енетін журналдарда 3 мақала, шетелдік халықаралық конференцияларда 3 мақала, Scopus базасына енгізілгенжурналда 1 мақала жарияланды:

*Скопус дерекқорына енетін журналда 1 мақала жарияланды:*

1. Scopus базасына енгізілген журнал**:**. A Linguistic Analysis of Social Network Communication // International Journal of Society, Culture, & Language. – 2023. – Vol. 11, Issue 1. – Р. 119-132.

*ҚР ҒЖБМ Ғылым және жоғары білім саласында сапаны қамтамасыз ету комитеті (ҒЖБССҚЕК) ұсынған ғылыми басылымдарында мақала жарияланды*:

1. «Интернет-мем» және олардың түрлері // Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. – 2023. – №1(142). – Б. 41-51 (ISSN: 2616-678Х, eISSN: 2663-1288.).

2. Желі қолданушысының коммуникативтік типтері // Еуразия гуманитарлық институтының хабаршысы. Филология сериясы. – 2023. – №1. – Б. 71-86 (ISSN 1999-4214 (print) ISSN 2957-5095 (online)).

3. Әлеуметтік желі тілінің мәдениеті // Яссауи университетінің хабаршысы. Филология сериясы. – 2023. – №1(127). – Б. 167-178 (ISSN-p 2306-7365ISSN-e 2664-0686).

4. Әлеуметтік желі тілінің лингвостилистикалық сипаты // Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ хабаршысы, Филология сериясы. – 2024. – №1(146). – Б. 98-109 (ISSN: 2616-678Х, eISSN: 2663-1288).

*Қазақстан және шет елдердегі халықаралық конференциялық жинақтарда мақалалар жарияланды*:

1. Ғаламтор тілі – қарым-қатынастың ерекше құралы // Студенттер мен жас ғалымдардың «Ғылым және білім-2022» атты ХVII Халықаралық ғылыми конференция (Астана: ЕҰУ баспасы, 2022. – Б. 2865-2869.

2. Әлеуметтік желі тілінің прагматикалық қырлары // «Филологиядағы фундаменталь зерттеулер және оқытуды инновациялық мүмкіндіктері» атты халықаралық ғылыми-әдістемелік конференция (Nukus: Нөкіс мемлекеттік педагогикалық институты, 2022. – Т. 1. – Б. 110-113.

3. İfadeler Sosyal Ağın Ayrılmaz Bir Parçasıdır // Ege üniversitesi türk dünyasi araştirmalari enstitüsü’nün kuruluşunun 30. yili anisina Uluslararasi türk dünyasi sosyal bilimler sempozyumu (Izmir, 2022. – S. 57-61).

**Зерттеу жұмысының құрылымы**. Диссертация анықтамалар, белгілер мен қысқартулар, кіріспе, үш бөлім, қорытынды, пайдаланылған әдебиеттер тізімінен және қосымшадан тұрады.

**1 ҚАЗІРГІ ҒЫЛЫМИ ПАРАДИГМАЛАР АЯСЫНДАҒЫ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІ**

**1.1 Ғаламтор тілі – қарым-қатынастың ерекше құралы және зерттелуі**

Адам баласының ақпараттық ортада өмір сүретіндігі белгілі. ХХІ ғасырдың басында ақпараттық-технологиялар елімізде кеңінен өріс алды. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы жұмыс істеп жатыр [4]. Бағдарламада ІТ технологияларды қоғамның барлық саласына енгізу арқылы бәсекеге қабілетті, озық ойлы ұрпақ тәрбиелеу өзектілігі атап көрсетіледі.

«Адам–компьютер–адам» жүйесі дамыған сайын табиғи тілдің де қызметі арта бастайды. Проф. А.Қ. Жұбанов қоғамның даму сатысы күрделенген сайын, ондағы ақпарат құралы қызметін атқаратын «тілдің» де дәрежесі айтарлықтай көтерілетіндігін қарастыра отырып, оның ерекшеліктерін былай баяндайды: «Компьютер мен адам арасындағы коммуникативтік жүйе арқылы мәтіндік ақпараттың адамнан компьютерге ауысу процесінде табиғи тіл оның көрінісі ретіндегі жазбамен алмасады да, ал керісінше, ақпарат компьютерден адам назарына ауысқанда, жазба мәтіннің компьютердегі көрінісі қайтадан таңбалардың психикалық кескін үйлесімінің бұрынғы қалпына келтіріледі, яғни ішкі тіл (внутренная речь) қалпына ауысады» [5].

Ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы ғаламтор кеңістігін тудырды, бүгінгі күні ғаламтор қоғамдық мәдениеттің ажырамас бөлігі ретінде өркениет дамуындағы негізгі құрал болып саналады.

Қазіргі таңда ғаламтор кәсіби сала болудан қалды, барлық қоғам мүшелері қатысатын қызмет түріне айналды. Ғаламтор тілі социумның бүкіл мүшелеріне ортақ, күнделікті қатынас құралы. Бұл қоғамдық сана үшін ғаламтордың күшті ықпалын білдіреді, көпшіліктің мәдени-әлеуметтік және практикалық әрекетінде ғаламтордың рөлін анықтайды.

Ғаламтор кез келген ақпараттың жинақталатын ортасы, сақталатын қоймасы және тарататын арнасына айналды. Ғаламтордың қолданысқа енуі лингвист ғалымдар алдына жаңа зерттеу нысанын – «Тіл және ғаламтор» мәселесін қойды. Бұл адам өміріндегі ғаламтор мен компьютер рөлінің артуымен, сондай-ақ компьютерлік-жанама қатынас аясында жасалатын мәтіндердің көбеюімен тығыз байланысты екендігін Кіріспеде атап өттік.

Тіл – қоғам өмірінің айнасы, тілдік деңгейдің әр тармағында мәдени құндылықтар сақталып жинақталған. Тіл қоғамда болып жатқан өзгерістерді бейнелейді, мәдениеттің дамуына өз ықпалын тигізіп отырады.

Ағылшын лингвисі Норман Фейрклау әлемдегі қазіргі тілдік ахуалды қарым-қатынас тілінің «технологизациялану» кезеңі деп атайды, оған дәл осы ғаламтордың қоғамның барлық саласында белсенді қолданылуын, ғаламтор тіліне тән лексиканың кең таралуын дәлел ретінде келтіреді [6]. Әлем бойынша ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуы, дүние жүзіне таралуы ағылшынтілді елдерден, АҚШ-тан бастау алды, бұл ағылшын тілінің қазіргі ғаламтор қарым-қатынасындағы рөлін қамтамасыз етіп, күшейтті.

Компьютер мен ғаламтор экспанциясы басқа тілдерге, оның ішінде қазақ тілі де бар, ағылшын тілінің ықпалын күшейте түсіп, көптеген жаңа ұғымдарды енгізді, сонымен бірге орыс тілінің де аралық рөлін ұмытуға болмайды. Бұл қазақтілді ғаламтор тіліне, әлеуметтік желі қатынасына тән бүгінгі күннің шындығына айналып отыр.

И.С. Карабулатованың дерегіне сүйенсек, қазақ тілінен өзге әлем тілдерінің барлығында «интернет» сөзі қолданылады [7]. Біз өз тарапымыздан *ғаламтор* сөзінен аса бір оғаштықты көрмейміз, керісінше жалпы мағынада «интернет» сөзіне сәтті балама ретінде қабылдаймыз, сондай-ақ көптеген әдебиеттерде «интернет» сөзінің өзі де қолданылатындығын ескеру керек. Ал қазіргі тіл білімінде ғаламтор тілінің қауырт зерттелуіне байланысты туындаған *Интернет-дискурс*, *Интернет-қатынас*, *Интернет-мем* т.т. ғылыми мәні бар ұғымдарды сол күйінде пайдаланғанды жөн көреміз. Сонымен бірге диссертациялық жұмыста тақырыпқа орай жиі қолданылатын «коммуникация» терминінің *қатынас* дейтін баламасын, ал *қарым-қатынас* ұғымын орыс тіліндегі «общение» сөзінің қазақша нұсқасы ретінде қолдандық. Аталған қазақша баламалар көрсетілген ұғымдардың мазмұнын толыққанды бере алады деген пікірдеміз.

Қазіргі қазақ қоғамында ғаламтордың алатын орны ерекше. Қазақ технологиялық мәдениетінің ХХІ ғасырдағы басты жетістігі мен мен ерекшелігі де – ғаламтордың қазіргі заманда барлық салаға толықтай енуі. «Интернет – бүкіл әлемдегі миллиондаған шағын компьютерлік желілерді бір-бірімен байланыстырып тұрған орасан зор компьютерлік желі, ол хаттама (протокол) деп аталатын бірыңғай стандартпен жұмыс істейді. Желідегі компьютерлерде мәтін, сурет, аудио, бейнематериалдар т.с.с. өте үлкен ақпарат көлемі сақталады» [8]. Компьютер мен ғаламтордың арқасында тілімізде жаңа коммуникативтік орта – ауызша және жазбаша қатынас арқылы бір-бірін толықтыратын, әрі жақсы үйлесетін электронды/виртуалды орта пайда болды. Бұл үйлесім қазақ тілінде электронды/виртуалды мәтіннің қалыптасуы мен дамуына ықпал етіп, объективтік шындық ретінде көрініс табуына мүмкіндік берді. Қазақ тілі де өзге тілдер тәрізді өзгерістерге, тіларалық және технологиялық құбылыстардың ықпалына ұшырап отыр.

Қазіргі өмірдегі ғаламтор мен интернет-технологиялардың маңыздылығы сөздіктерден орын алған. Қазақ тілінде бірқатар сөздіктер жарық көрді. «Ақпараттану және есептеу техникасының түсіндірме сөздігі» (Алматы, 192 б.); Б. Бөрібаев, Е.Қ. Балапанов, А.Е. Есжанов бастаған авторлардың қатысуымен «Информатика терминдерінің түсіндірме сөздігі» (Алматы, 2000, 169 б.); «Орысша-қазақша түсіндірме сөздік: информатика және есептеуіш техника» (Алматы, 2002, 11 б.); М. Нұрманов, Ж. Ниеталин, Б. Кемелбековтердің «Қазақ тілі терминдерінің салалық ғылыми түсіндірме сөздігі: электроника, радиотехника және байланыс» (Алматы, 2007, 232 б.); Ө. Айтбайұлы, Ж. Бұланбаеваның «Компьютер терминдерінің сөздігі» (ағылшынша-қазақша-орысша) (Алматы, 2007, 156 б.) т.с.с. әр жылдары сөздіктер жарияланды. Ғаламтордың маңыздылығы және оның қалай жұмыс істейтіндігін баяндайтын әдістемелік құралдар жарық көруде [8, б. 4]. Қазақ тілінің сөздік құрамында ғаламторға қатысты және одан туындайтын көптеген ұғымдар пайда болды, солардың бірқатары: *ғаламторға тәуелділік*, *интернет-бизнес*, *интернет-конференция*, *интернет-кафе*, *интернет-дүкен*, *интернет-парақша, интернет-технология* т.б. <https://termincom.kz/> сайтынан мынадай ұғымдарды ұшырастырамыз: *интернет-провайдер* *(isp)*, *интернет-протокол* *(ip)* *камерасы*, *интернет-дайджест*, *ашық деректер интернет порталы*, *сымсыз интернет*, *интернет-ресурс*, *интернет-банкинг*, *Интернет мәжілісінің режімі*, *ғаламтор*, *ғаламтордағы абоненттің әдірісі*, *балалардың ғаламторға тәуелділігі*, *қазақстандық интернет желісі сегменті* және т.б. [9].

А. Үдербаев өзінің «Ғаламтор және қазақ тілінің жаңа кеңістігі» деп аталатын мақаласында ғаламтор кеңістігін білдіретін лексиканы мынадай тақырыптық топтар арқылы ажыратады:

1) компьютерлік құрал-жабдықтар атауы (*сканер, принтер, модем, монитор, дисплей, факс, плоттер, СD-ROM, DVD, ноутбук, ультрабук, нетбук*, т.б.);

2) бағдарламалық қамтамасыз ету (*жабдықтама, жасақтама, қамтым* деген жарыспалы нұсқалар да бар), операциялық және процессорлық жүйе т.б. түрлерін атайтын сөздер (*драйвер, интерфейс, максротар, мультимедия, пентиум, сервер, софт, стек, кэш*, т.б.);

3) ғаламтор желісіндегі атаулар (*админ, баннер (banner), веб-мастер, интернет-магазин, интерфейс, контент, онлайн, оффлайн,  домен, логин, аккаунт, интерфейс, ip-адрес, сервер, сайт, блог, браузер, брэндинг, индексация, модем, провайдер, портал, скрипт, тэг, фрэйм, хакер, хост, хостинг, чат, юзабилити,  рунет, қазнет*, т.б.);

4) әртүрлі өлшем бірліктердің атауын білдіретін сөздер (*гигабайт, байт, килобайт, мегабайт, пиксель, кластер, слот, файл*, т.б.).

Компьютер саласында қазақы терминдер аздау болғанымен, кеңінен қолданысқа енгендері де бар: *ғаламтор*, *бағдарлама*, *бағдарламашы*, *желі*, *желілік*, *желі ішілік*, *жүктеу*, *бұғаттау, сақтау, пернетақта, тінтуір, аналық жад, қатқыл диск, жасақтама, жеке парақша* (жеке), т.б. [10].

Бұлардан бөлек қазіргі қолданыста *айқұлақ* – @ *белгісі*, *тінтуір – мышь*, *жүгіргі – курсор*, *жүгірткі – клавиши со стрелками*, *бейнебап – дисплей*, *мұрағаттау – архивировать*, *бос жады – свободная память* т.б. атаулар кездеседі.

Бүгінгі күні әлем бойынша ғаламтордың ықпалы артты. Көптеген коммуникативтік тәжірибелер ғаламтор желісіне ауысты: желіде тілді қолдану қарқыны барған сайын күшеюде, бұл өз кезегінде ерекше коммуникативтік ортаның, ерекше коммуникативтік кеңістіктің қалыптасуына мүмкіндік беріп отыр. Интернет лингвистикасы бойынша ерекше бағыттағы зерттеулер пайда болуда [11].

Өткен ғасырдың 60-жылдарының аяқ шенінде алғашқы кезде деректерді беретін қатынас арнасы ретінде, одан кейін БАҚ құралы ретінде ғаламтордың пайда болуы ХХІ ғасырда жаһандық ақпараттық ортаның тууына, сонымен бірге ерекше виртуалды әлемнің, блогтар мен желілер қауымдастығының, желілердегі мәдениет пен өзіндік тілдің дүниеге келуіне әкелді және бұл қазіргі қоғамдық-әлеуметтік өмірдің шындығы болып табылады. Ғаламтордың жаңа әлемі осы уақыт ішінде кең тарағандығы соншалықты, түрлі гуманитарлық пәндердің ғалымдары Желіні зерттеуге құлшына кірісіп кетті.

Сонымен бірге қазіргі кезде хабарламаның ерекше түрі – электронды хаттың (сөйлеудің жазбаша және ауызша түрімен қатар үшінші формасы саналатын) пайда болғандығы жайында айта аламыз, бұл осыған қызмет көрсететін белгілі бір коммуникативтік ортаны қалыптастырды. Кейбір лингвистер виртуалды тілдік тұлғаның пайда болуы жайында жазып та жүр [11].

Өзінің әлемдік өркениетке, ғылыми-техникалық прогреске тигізген ықпалы мен маңызы жағынан ғаламтор қазіргі әлемде ақпараттық қоғам және постмодернистік мәдениет дәуірінің символы атанды.

Ғаламтордың тіл мен қарым-қатынасқа «революциялық әсерін» кейбір ғалымдар И. Гуттенбергтің алғашқы баспа станогын ойлап табуымен байланыстырады [12]. Ағылшынтілді ғылыми парадигмада жаңа электронды тілді атау үшін түрлі терминдер пайдаланылады: *е-language, netlingo, e-talk, geekspeak, netspeak, weblish* т.б., ал ол жүзеге асатын коммуникативтік кеңістікті компьютерлік-жанама қатынас (КЖҚ) деп атайды. Компьютерлік-жанама қатынас (КЖҚ) ұғымы екі жағдайда қолданылады: тілдің функционалдық алуандығы және ерекше коммуникативтік орта мағынасында. Орыс тіл білімінде «интернет тілі» термині қалыптасқан. Жалпы ғаламтор тілі дегенде осы саладағы ұғымдардың алуандығын айтпасқа болмайды. Терминдердің түрліше қолданылуы бір құбылысты зерттеу төңірегінен өрбіп отыр. КЖҚ-ны кейбір зерттеушілер *қатынас* (коммуникация) деп атаса, енді бір зерттеушілер *дискурс* деп атайды да, осы құбылысты анықтаушы әртүрлі сын есімдерді тіркестіріп қолданылады: *желілік,* *компьютерлік*, *компьютерлік-жанама*, *электронды*, *ғаламтор* (интернет), *виртуалды* және т.б. К.Қ. Садирова өз еңбегінде ғаламтор желісінде аталған ұғымдардың қаншалықты таралымын анықтау үшін www.google.ru іздестіру жүйесінен осы терминдерге бағыт көрсететін сілтемелерге сандық талдау жасайды. Талдау қорытындысында барлық терминдер екі ұғымның аясында – *қатынас* және *дискурс* – шоғырланғаны анықталды [13]. Төменде К.Қ. Садирова ұсынған 1-кестені келтіреміз.

Кесте 1 – Ғаламтор желісіндегі дискурстың зерттелу жай-күйі мен атауларының тізімі (К.Қ. Садирова бойынша)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Атауы | Сілтемелер саны (зерттелу деңгейі) | Осы терминді пайдалана отырып зерттеу жүргізген авторлар |
| 1 | 2 | 3 |
| Негізгі атауы «коммуникация» | | |
| Электронды коммуникация | 1 760 000 | Ф.О. Смирнов |
| Интернет коммуникация | 1 240 000 | Е.И. Горошко |
| 1-кестенің жалғасы | | |
| 1 | 2 | 3 |
| Компьютерлік-жанама коммуникация | 18900 | И.Н. Розина  Е.В. Волкова |
| Виртуалды коммуникация | 431000 | М.Б. Бергельсон |
| Компьютерлік коммуникация | 2 180 000 | Г.П. Бакулев |
| Желілік коммуникация | 6 960 000 | К.Н. Обухов |
| Негізгі атауы «дискурс» | | |
| Интернет дискурс | 1 100 000 | В.М. Громова  Н.А. Ахренова |
| Компьютерлік дискурс | 47 900 | Е.Н. Галичкина  П.Е. Кондрашев |
| Желілік дискурс | 154 000 | Н.Л. Моргун |
| Виртуалды дискурс | 178 000 | О.В. Лутовинова |
| Электронды дискурс | 160 000 | А.Г. Аврамова |

Әртүрлі қолданыс ғаламторды қай аспектіден зерттеуге де байланысты. Пәндік тұрғыдан, мысалы, әлеуметтану үшін Интернет-қатынас, ал коммуникация және лингвистика теориясы үшін КЖҚ ыңғайлы болса, мәнмәтіндік жағынан электронды қатынас (ғаламтордағы қатынаспен қоса басқа да коммуникация платформаларын, ұялы байланысты қосады) қолайлы болып келеді.

*Компьютерлік дискурс* және *электронды дискурс* терминдері – синонимдер және электронды байланыс құралы, яғни компьютер арқылы байланыс жағдайында жүзеге асатын мәтін. *Интернет-дискус* ғаламторда байланысады, яғни ғаламдық желідегі байланыс, ал *желілік дискурс* ғаламторда және басқа желілерде, оның ішінде жергілікті желілерде де байланыс орнатады. Бұл дискурс түрлерінің бір-бірінен айырмашылығы – коммуникативтік ортада *компьютерлік* немесе *электронды дискурстың* *ғаламтор дискурсы* мен *желілік дискусқа* қарағанда ауқымы кең. *Компьютерлік* және *электронды дискурс* ғаламтордағы мәтіндерден басқа ғаламторға қосылмаған (оффлайн) тасымалдағыштарға арналған мәтіндерді қамтиды: флэш-карталар, дискілер (аудиокітаптар, фильмдер, ойындар, музыкалық дискілер, бағдарламалар), iPod, iPad, электрондық кітаптар және т.б. мультмедиялық құрылғылар.

*Виртуалды дискурс* – виртуалды шындыққа құрылған мәтін. Зерттеуші О.В. Лутовинованың айтуынша, ақпараттық технологиялардың қарқынды дамуына байланысты виртуалдылыққа қатысты *виртуалды мәдениет*, *виртуалды нарық*, *виртуалды ақша* және т.б. көптеген ұғымдар пайда болды [14].

Осындай бір құбылыс төңірегіндегі көптеген ұғымдардың түрлі мағыналық айырмашылықтарымен қолданылуына қарамастан, ғаламтор тілі, оның сипаты, қызмет ету ерекшеліктері әлемдік тіл білімінде едәуір зерттелді. Ондай зерттеулерде ғаламтор тілінің әдеби тілге тигізетін ықпалы, ғаламтордағы бейресми (чаттар тілі) және ресми сипаттағы қатынас тілі, жанрларының мазмұндық-тілдік құрылымы сипатталады.

Зерттеуші Е.Н. Галичкина өз жұмысында қарым-қатынас жүйесіндегі *компьютерлік қатынастың* орнын анықтауға тырысқан. *Дискурс*, *қарым-қатынас* ұғымдарын негізге ала отырып, компьютерлік немесе электронды дискурстың негізгі айырым-белгілерін теориялық жағынан нақтылауға ұмтылады. Ғалымның ойынша, *дискурс* дегеніміз – жан-жақты күрделі ұғым, оны бірнеше аспектіде қарастыруға болады. Коммуникативтік аспектіде дискурс – вербалды қарым-қатынас, құрылымдық-семантикалық тұрғыдан – ауызекі сөйлеудің бейвербалды ұйымдасуы, әлеуметтік-прагматикалық жағынан – қатынас жағдайына түскен мәтін ретінде сипатталады. Зерттеуші ғаламтор қатынасын жалпы дискурс түрлерінің күрделі үйлесімі ретінде қарастырады. Ғаламтор түрлі дискурстардың қасиеттеріне ие бола отырып, олардың ешбіріне толықтай тиесілі болмайды. Мысалы, адамдардың жеке электрондық хат алмасуы – іскери дискурсқа қатысты болса, ресми хат алмасу – институционалды дискурсқа, ғалымдар арасындағы компьютерлік қарым-қатынас және ғылыми ақпаратпен алмасу – ғылыми дискурсқа, жарнамалық баннерлер мен торбеттер – жарнама дискурсына қатысты болады [15].

Е.Н. Галичкина компьютерлік дискурстың мынадай айқын белгілерін атап өтеді:

1. *Электронды белгі (сигнал) қатынастың арнасы ретінде қызмет атқарады*. Бір жағынан, компьютерлік қарым-қатынас компьютердің көмегімен жүзеге асады (ақпарат электронды түрде сақталады), екінші жағынан, бұл жазбаша қарым-қатынастың дәстүрлі тәсілі, тек қарым-қатынас арнасы ретінде қағаз емес, электронды белгі жұмсалады.

2. *Виртуалдылық (адам қиялымен құрылған, шындыққа қарама-қарсы жасанды әлем)*. Виртуалды қатынас – қиялдағы адамдармен қарым-қатынас жасау, «қиялдағы адам» – шынайы өмірде компьютер пайдаланушы жан.

3. *Қарым-қатынастың алшақтық, қашықтық сипатқа ие болуы*. Компьютер арқылы сөйлесушілер бір-бірінен уақыт пен кеңістік жағынан алшақ болады.

4. *Жарнамалық сипатқа ие*. Қарым-қатынас техникалық құралдар көмегімен орындалады.

5. *Қолжетімділігі*. Кез келген компьютерді меңгерген жан қарым-қатынастың бұл түрін пайдалана алады.

6. *Гипермәтіннің болуы (өзге мәтіндерге сілтемелер, сол сілтемелер арқылы көшу мүмкіндігі бар мәтіндер)* – мәтін және оны көшіру, өшіру, ерекшелеу т.б. көптеген операцияларды жүзеге асыруға мүмкіндік беретін командалар мен оның қосымша қызметінің жүйесі. Яғни мәтін қажетті ақпараттарды жеделтетуге мүмкіндік беретін қосымша құралдарға ие.

7. *Креолдану (мультмедиялық элементтердің пайдаланылуы)*. Компьютерлік мәтіндер гипермәтіндермен қатар креолданған (сурет түріндегі) мәтіндерден де құралады.

8. *Қатысушылардың тепе-тең дәрежелік жағдайы*. Компьютерлік қарым-қатынас теңдік дәрежеде болады, конференцияларда бір-біріне үйрету деген болмайды.

9.*Эмоция, мимика, сезімдерді «смайлдар» арқылы беру*.

10. *Дискурстың түрлі тұрмыстық, ғылыми, іскери, педагогикалық, жарнамалық, саяси типтерінің араласуы*.

11. *Өзіне тән компьютерлік әдеп*. Компьютерлік қарым-қатынасқа түсетін адамдардың нормаланған тәртібі [15, б. 10-16].

Ғаламтор дискурсын арнайы зерттеген келесі бір зерттеуші Н.А. Ахренова былай деп жазады: «Электронды коммуникация кең ауқымды электронды дискурс түсінігінің құрамдас бөлігі болып табылады. Электронды дискурстың бір түрі интернет-дискурс болып табылады, дәл осы түсінік бүгінде қалыптасқан тілдік жағдайды айқын көрсетеді. Интернеттегі қарым-қатынас тілде болып жатқан үдерістерге өз ізін салады. Барлық электронды құралдар ішінен осы интернет әлемге кеңінен таралып келеді. Мобильдік байланыс операторлары және мобильдік телефон құрастырушыларының телефонның міндетті мәзіріне интернетті қосатыны, ал маңызды жастар жобалары WAP порталдар ашатыны құпия емес» [16].

Жалпы алғанда, дискурстың болуы үшін кеңістік пен уақыттық қашықтық, қандай да бір әлеуметтік топқа тиістілік және белгілі бір білім мен дағдылардың болуын талап ететін экстралингвистикалық факторлар әрекет етеді. Ғаламтор дискурсының қалыптасуының өзіндік алғышарттары бар. Осыған орай зерттеуші К.Қ. Садирова мыналарды атайды:

– компьютерлік сауаттылық;

– интернет желісі, ақпараттық жүйе туралы білімінің, дағдысының болуы;

– компьютердің метатілін игеру [13, б. 63].

Ғаламтор қазіргі уақытта тек ақпараттық орта (ақпаратты сақтау және тарату) ретінде ғана емес, коммуникативтік орта ретінде де жұмыс істейді. Осыған байланысты көптеген зерттеушілер ғаламтор негізінде әртүрлі қызығушылықтары, себептері, мақсаттары, қажеттіліктері, көзқарастары, сондай-ақ жаңа кеңістікте тікелей байланысты психологиялық және әлеуметтік қызметтің нысандары бар адам өмірінің жаңа виртуалды ортасын атап өтеді. Нәтижесінде жаңа виртуалды ақпараттық қоғам қалыптасады. А.Б. Алимжанова өз жұмысында ғаламторға қатысты мына анықтаманы келтіреді: «Интернет – көпполярлы пікірді жинақтайтын, сұрыптайтын, қалыптастыратын, адамдардың ашық ортада қарым-қатынас жасауына мүмкіндік беретін бәсеке алаңы» [17].

Ғаламтордағы қатынас – бұл ғаламтор арқылы ақпарат алмасу және адамдар арасындағы қарым-қатынасты сипаттайтын коммуникативтік әрекет.

Қазір ұялы телефонның функциясының артуымен байланысты телефон да ғаламтор қатынасының құрылғысына айналды. Әсіресе, әлеуметтік желілер, оның ішінде коммуниканттар эмоциясын білдіретін түрлі тәсілдердің қолданылуы ғаламтор қатынасын жаңа сапаға көтерді. Көптеген ғалымдар ғаламторды жаңа әлеуметтік-мәдени орта деп санайды [18, 19].

Бүкіл әлемдік желілер жыл сайын миллиондаған жаңа қолданушылармен молаяды. Қазіргі адамның өмірін ғаламторсыз елестету қиын. Алайда ғаламтор не десек, бұл сұраққа нақты жауап таба қою қиын. Өйткені ғаламторды әркім өзінше түсінеді: байланыс құралы, ойын-сауық құралы, шығармашылық орта, өзін-өзі тәрбиелеу ортасы, өзін-өзі таныстыру, өзін-өзі жарнамалау, өзін-өзі дамыту, сауда орны, табыс құралы т.т. Қазіргі заманда ғаламтор мынадай қызметтерді атқарады: әлеуметтік, ақпараттық, экономикалық, қатынастық, дамытушы және танымдық. Ғаламтордың қызметін бұлармен де шектеуге болмайды, уақыт озған сайын ғаламтор өзгеріп, жаңаша сипат алып жатыр, сондықтан оны аяқталмаған құбылыс деп таниды.

Интернет-дискурстың маңызды сипаты ретінде оның жанрларының көптігі зерттеушілер тарапынан сөз болып жүр. Ғаламтордағы қарым-қатынас кеңістігі өзіндік жанрды тудырушы ерекше ортаға айналды, бұл ақпараттық ортаның байи түсуіне де ықпал етті. Кезінде М.М. Бахтиннің жанр ұғымына берген «...коммуникативтік қызметінің бірлігі, сонымен бірге композициялық және стилистикалық белгілерінің ұқсастығы негізінде біріккен мәтіннің тұрақты типі» [20] деген анықтамасын негізге ала отырып, ғаламтор жанрларының мазмұндық сипаты мен тілін зерттеу маңызды болып қала бермек.

Ғаламтор тілін талдау үшін Д. Кристал мен Л.Ю. Иванов ұсынған ғаламтор жанрларының топтары зерттеушілердің қызығушылығын тудырады, өйткені бұл топтастыруда жанрға топтастырудағы ұйытқы белгілер толық қамтылған.

Д. Кристал ғаламтордың мынадай жанрларын атайды: электронды пошта, синхронды және асинхронды чаттар, виртуалды әлем, бүкіләлемдік тор [21, 22].

Аталған жанр түрлері өзіндік тіл ерекшеліктерімен сипатталады, әрқайсысының өздеріне тән композициялық құрылымы болады, ол тақырыбынан, мәтін мазмұнынан көрінеді.

Ғаламтор жанрларына қатысты қызықты талдауды Л.Ю. Ивановтың жұмысынан аңғарамыз. Л.Ю. Иванов өз классификациясында мынадай топтарға назар аударады:

1. Жалпы ақпараттық жанрлар немесе жаңалықтар жанры. Интернеттегі БАҚ дәстүрлі «қағаздағы» жаңалықтардың баламасы ретінде және қағаз түрінде шығарылмайтын өзіндік желілік БАҚ болып бөлінеді.

2. Ғылыми-көпшілік және арнайы ақпараттық жанрлар (электронды ғылыми еңбектер және оқу құралдары, интерактивті оқу курстары, виртуалды университеттер мен факультеттер т.т.).

3. Көркем-әдеби жанрларының ғаламторда барлық түрі кездеседі. Олардың толығуы негізінен дәстүрлі әдеби туындылардың желіге енгізілуі тұрғысынан жүзеге асады, сонымен бірге тек ғаламторда жазатын жазушылар да кездеседі.

4. Ғаламтордағы көңіл көтеру жанрлары. Оларға юмор бағыты жатады.

5. Арнайы және кәсіби емес бағыттағы жанрлар. Бұларға түрлі дискуссиялық топтар, чаттар жатады. Сондай-ақ қонақжазбалар, электронды поштадағы хаттар, әлеуметтік сайттар да осыған енеді.

6. Іскери және коммерциялық жанрлар (кәсіби және кәсіби емес хабарландырулардың коммерциялық тақтасы, нарыққа аналитикалық шолу, ақпараттық хаттар, ірі компаниялар (корпоративті желілер) сайтындағы ақпараттар, олар жарнама ғана емес, техникалық және танымдық сипатта болуы мүмкін, баннерлер).

Сонымен бірге Л.Ю. Иванов жанрларды таза желілік, яғни желілердегі тілді пайдаланушылармен туындайтын (пікірсайыстық топтар мен чаттар), және қарым-қатынастың басқа салаларынан ғаламтор арқылы енгізілгендер (ғылыми-техникалық мақалалардың аннотациялары немесе электронды БАҚ-тың үздік жарияланымдары) деп бөлуді ұсынады [23].

Ғаламтор – ақпарат алу мен бөлісуге арналған біріккен компьютер желілерінің бүкіләлемдік жүйесі. Бүкіләлемдік желі, жаһандық желі, сондай-ақ желі деп те аталады. Ғаламтордың қолданылатын негізгі салалары БАҚ, электронды бизнес, мультмедиа, байланыс, қарым-қатынас т.б.

Қазіргі кезде ерекше коммуникативтік орта – ғаламтордың – ғылыми әдебиеттерде бірнеше бағытта зерттеу нысанына алынып жүргендігін атауға болады. Атап айтқанда, ғаламтор табиғаты: 1) жаңа ақпараттық кеңістік ретінде; 2) интернет-технология тудырған дербес коммуникативтік институт; 3) виртуалдану теориясы бойынша; 4) қоғамды тану мен түсінудің постмодернистік концепцияларына негізделе; 5) қазіргі жаһандану идеяларымен байланыстырыла қарастырылады. Енді осы ғылыми теорияларға әдебиеттерге сүйене отырып, қысқаша тоқтала кетеміз.

Ғаламторды жаңа ақпараттық кеңістік ретінде қарастыру оны әлеуметтік-философиялық тұрғыдан зерттеуге негізделеді. Ғаламтор ақпарат алмасудың желілік принциптеріне негізделген «коммуникациялық өзара әрекеттің интерактивтілігі, объективтік шындықты жаңа тәсілдермен модельдеуге құрылған, ақпараттар ағысын берудегі жаңа технология» [24]. Жоғарыда келтірген А.Б. Алимжанованың анықтамасы да осы бағытқа негізделген. Т.Ж. Бальжирова ғаламторды әлеуметтану коммуникациясы тұрғысынан қарастырады, Желінің «адам өмірінің қолмен жасалатын ақпараттық және социопсихоантропологиялық құраушысы» екендігін көрсетеді. Зерттеушінің ойынша, ғаламторға әлеуметтік коммуникация құралы ретінде бинарлық ерекшеліктер тән: «ақпараттық әлемдегі әлеуметтік субъектінің белсенділігі/енжарлығы; ақпараттық қоғамдағы адамның әлеуметтік тұрмысының үйлесімділігі/бөлшектелгендігі және ақпараттық әлемдегі әлеуметтік әсер ету мазмұнының келісушілігі/қарама-қайшылығы» [25].

Ғаламтор ақпараттық, коммуникациялық, репрезентативтік, конструктивтік (немесе түрлендіргіштік), реабилитациялық қызметтері арқасында жаһандық қатынас құралынан ықпалдастық (интеграция) құралына, адамдардың әлеуметтенуіне және жаңа әлеуметтік топтардың (виртуалды қауымдастықтардың) пайда болуына жылдам бейімдеп жатқан құралға айналды.

Демек, бұл бірінші бағыт бойынша ғаламтор жаңа әлеуметтік нысанға айналады, оның негізгі міндеті Желі дамуының әлеуметтік перспективасын айқындау болып табылады. Ғаламтор – тұтас ақпараттық кеңістік, ғаламтордың дамуына сай технология рөлі, білім мен ақпарат өседі, бұл қоғамдық құрылымның өзгерісіне әкеледі. Бұл тәсіл бойынша ақпарат пен технология – қоғамдық құрылымның жаңа типін анықтаушы және жүйеқұрушы субъектілері.

Қазіргі қоғамның желілік табиғатын зерттеумен айналысатын екінші топ интернет-технологияға негізделген. Сөз болған бағыттан айырмашылығы бұл тәсіл бойынша зерттеу нысаны ретінде өмір сүретін қоғам алынады, негізгі әлеуметтік институттардың желілік құрылымға айналуы, осы үдерістер арқылы пайда болатын қоғамның әлеуметтік құрылымындағы өзгерістер баяндалады. Ғаламтор коммуникативтік ерекшеліктер арқылы анықталады, ол кез келген күрделі желілік байланыстың жүзеге асуына мүмкіндік береді, бұл ғаламтордың дербес коммуникативтік институт ретіндегі өзгешелігін білдіреді.

Зерттеулердің үшінші тобы әлеуметтің виртуалдану теориясына назар аударады. Ғаламтор бұл жерде виртуалды аналог немесе әлем бейнесі ретінде қарастырылады. Ғаламтор әмбебеп коммуникативтік кеңістік ретінде әлеуметтің виртуалдану тетіктерін жасайды. Бұл бағыт бойынша виртуалдылық жаңа коммуникациялық технологиялардың міндетті түрде болатын әлеуметтік әсері, ғаламтор – әлеуметтік феномен, виртуалды орта ретінде әлеуметтік байланыс кеңінен қолжетімді және міндетті. Әлеуметтік шынайылықты виртуалдану жанама интернет-технологияларды трансформациялайды және оны жаңа, бұрын болмаған шындыққа айналдырады.

Төртінші зерттеу тобы қазіргі қоғамды тану мен түсінудің постмодернистік концепцияларына сүйенеді. Бұл бағыттың концептуалды аясы ғаламторды сипаттаудағы мына ұғымдарды қолданудан көрінеді: *ризома* (Ф. Гваттари), *интертекстуалдылық* (Ю. Кристева), *хаосмос* (Дж. Джойс), *паратема* (М. Фуко). Ғаламторды сипаттаудағы барлық постмодернистік көзқарастарда оны анықтау барысында гиперболизация, аналогия мен метафораландыру тәсілдері қолданылады. Осы орайда теорияны бағалау өлшемі ретінде оның ақиқатқа абсолютті сәйкестігі емес, әлеуметтік кеңістікте көрінетін метафоралардың күші мен өнімділігі, олардың түсіндіру қуаты қызмет етеді, сондай-ақ жаңа көзқарастар мен міндеттерді түрлендіру мүмкіндіктері назарға алынады.

Ғаламторды және интернет-технологияны зерттеудегі бесінші бағыт ғаламтордың өзі құрамдас бөлігі болып табылатын қоғамдық жаһандану идеяларына қарай бейімделеді. Бұл бағытқа сәйкес, Желі – ақпараттың, коммуникацияның, білім беру мен экономиканың, әрекеттер мен образдардың жаһандануының құралы. Қазіргі қоғамның жаһандану үдерісі ғаламторсыз тіпті мүмкін емес, осыған орай ғаламтордың жүйетүзуші ерекшеліктері туралы қарастырылып жүр. Бұл бағыт аясында ғаламтордың белгілі бір қоғам типіндегі әлеуметтік қызметі талданады.

Қазіргі кезде ғаламторды гуманитарлық тұрғыдан зерттеу өріс алып отыр. Осы орайда ғалымдар ғаламторды белгілі бір тар сала аясында зерттеу мүмкін еместігі, салааралық зерттеу тәсілдерін қажет ететіндігін айтып жүр [26]. Желі жаңа технологиялар мен мультимедиялық құрылғылар (журналистика), гипермәтін корпусы (лингвистика, ақпараттану), белсенді адамдардың біріккен топтары ретінде әлеуметтануда, психологияда, саясаттануда, педагогикалық талдауларда талдау нысаны бола алады.

Гуманитарлық зерттеулерде ғаламтордың әлеуметтік мазмұнына назар аударады, атап айтқанда, өзара ықпалдасудың мәдени, тілдік және психологиялық ерекшеліктері, виртуалды қауымдастық пен топтардың құрылу заңдылықтары мен қызмет ету сипаты, жеке тұлғаның өзін көрсету принциптері мен виртуалды сәйкестендірудің өзгерістері, әлеуметтік нысандарды жасау мен қабылдау стереотиптері, ғаламтор желілеріндегі танымдық немесе кез келген қызметтің жүзеге асу стратегиялары, шындық өмірдегі дағдылар мен біліктіліктерді виртуалды шындыққа «көшіру» мәселелері т.т. Әлеуметтік мәні бар осы әрекеттің барлығын желі тілінің қызметінсіз іске асыру мүмкін емес, осыдан барып ғаламтордың жаһандық әлеуметтік құбылыс ретіндегі жүйетүзуші орны көрінеді.

Біздің диссертациялық жұмыс ғаламтор тілін, оның ішінде әлеуметтік желі тілін қазіргі жаңа бағыттарға негіздей отырып, лингвистикалық аспектіде зерттеуге арналған. Әлеуметтік желі тілінің лингвостилистикалық ерекшеліктері, прагматикасы кейінгі тарауларда толық баяндалатындықтан, жалпы ғаламтор тіліне қатысты шолуды сол баяндаулардың алғышарты ретінде осы тараушада айта кеткенді жөн көремін.

Ғаламтор тілі жазбаша және ауызша тіл элементтерін қосады, сондай-ақ өзіндік тіл ерекшеліктерін де сақтайды, бұл ерекшелік компьютерлік қарым-қатынасқа негізделетіндіктен, ғаламтор тілін жаңа қарым-қатынас түріне айналдырады және өзіндік дискурс типі болып саналады [21, р. 3-270; 22, р. 3-248]. Көптеген ғалымдар бұл дискурс түрін – *ауызша-жазбаша дискурс* деп атауды ұсынады. Ғаламтордағы қарым-қатынастың өмір сүретін негізгі формасы жазбаша түрде іске асады, алайда жазбаша тілдің барлық белгілері осы орайда өзгеріске ұшырайды, өйткені қарым-қатынас көп жағдайда бейресми сипатта болады.

Ғаламтор тілін жазбаша тілден ерекшелейтін басқа да бірқатар белгілер бар. Жазбаша тіл әрқашан дайындалған, ұйымдасқан, алдын ала тексерілген және түзетілген, анық болып келеді. Бұл жағынан жазбаша тіл бүкіләлемдік торға жақын, ал чаттар мен виртуалды әлем керісінше жазбаша тілге сәйкес келе бермейді. Электронды хаттар сәл ерекшеленеді, бұл жағдайда екіұдай мәселелер кездеседі. Кейбір адамдар өз хабарламаларын еш тексерместен, жазудағы қателіктерден қорықпастан жөнелте береді, енді бір адамдар өз жазғандарын мұқият тексеріп, әдеби нормаға сай етіп жөндейді. Ғаламтор тілі дәстүрлі хатқа ұқсас, онда тілдік емес элементтер кездеспейді десе болады, ал веб-парақшалдардың мазмұнында визуалды элементтер (креолдану) кездеседі, мысалы, фотосуреттер, карталар, диаграммалар, анимациялар т.т., бұлар мәтінді жақсы түсінуге көмектеседі. Виртуалды әлемде де мәтінді бекітудің виртуалды құралдары ұшырасады, сілтеме арқылы оқуды (көруді) жалғастыру т.б.

Ғаламтор тілі жазба тіл мен ауызекі тілдің белгілерін біріктіре отырып, олардан ерекшеленіп тұрады. Қатынастың бұл құралында басқаларда жоқ нәрсені орындауға мүмкіндігі бар, сондықтан оны қатынастың жаңа түрі ретінде қарастырамыз. Д. Кристал келтірген еңбегінде оның мәнін ерекше формуламен береді: «*сөйлеудің ауызша формасы + сөйлеудің жазбаша формасы + компьютер арқылы туындайтын белгілер*». Қатынастың бұл құралы сөйлеу мен жазудың гибриді ғана емес, одан әлдеқайда кең. Бұл ерекшеліктер тілге өз әсерін тигізеді және жазбаша мен ауызекі тілдің белгілерімен қоса, ғаламтор тілін қарым-қатынастың үшінші құралы етеді.

Қазақ тілі ғаламтор ішінде қолданылғанда екеуара өзара әрекеттестік пайда болады. Қазақ әдеби тілінің лексикасы ғаламторға көшіп, олардың бұрынғы қалыпты мағынасында өзгерістер пайда болуы ықтимал, таңбалар мен символдар жаңа мағынаға ие болады. Мысалы, әлеуметтік желідегі *бөлісіңіздерші, таратыңыздаршы* деген өтіну өзінің қалыпты мағынасынан бөлек. Желіде сөздерді қолдану мен жазудың коммуникативтік стратегиясы да ерекшеленеді, сол сияқты сөйлеушілердің типтері де әлеуметтік желіге бейімделіп, өзгешеленеді. Тілдің ғаламтордың техникалық экспанциясымен байланысты «ғаламторлану» («интернеттенуі» деп те атайды) жүзеге асады.

Ғаламтор тіліндегі осындай лингвистикалық ерекшеліктер тілші-ғалымдардың назарын аудартады. Осы мәселені арнайы зерттеумен айналысқан зерттеушілердің бірі Е.И. Горошко ғаламтордың ғылыми парадигмалар тудыратын орнын атай отырып, «Ғаламтор лингвистикасы жаңа лингвистикалық бағыт бола ала ма?» деген сұрақ қойып, жауабын да өзі береді «сенімді түрде иә деп жауап беремін» [11].

Қазақ тіл білімінде де ғаламтор тілі қызығушылық тудырғаны рас, тек осыған арналып монографиялық түрде жарық көрген еңбектер болмаса да, оның түрлі мәселелері ғалымдардың назарынан тыс қалмаған. Компьютер және ғаламтор дискурсындағы терминдер Г.Н. Смағұлованың мақаласында [27], компьютерге негізделген қатынас тілі ретінде Г.Ә. Сәрсекенің мақаласында [28], дискурс теориясындағы Интернет-дискурс түсінігі К.Қ. Садированың монографиясында, ғаламтор тіліндегі бейвербалды амалдардың қатарында тыныс белгілерінің қолданысы Г.А. Ескермесованың диссертациялық жұмысында [29], ғаламтор тілінің тіл мәдениеті тұрғысынан қарағандағы кейбір сипаты Е. Жұматаевтың мақаласында [30] т.б. зерттеу жұмыстарында сөз болған. Қазіргі қазақ тіліндегі коммуникативтік тәжірибе: норма және узус ретінде Ж. А. Cарсенбайдың диссертациялық жұмысында [31], қазақтілді медиакеңістіктің лингвоэкологиясы: теориялық-әдістемелік негіздері тұрғысынан А.А. Жумагулованың [32], компьютер технологиясына байланысты қазақ тіліне еніп жатқан лексика Г.О. Заурбекованың жұмысында фонетика-лексикалық игерілімі тұрғысынан қарастырылады [33].

Әлеуметтік желі тіліне жанама қатысы бар кейбір зерттеулер ақпараттану саласы тұрғысынан орындалады. Б.Ж. Ергеш «Қазақ тіліндегі арнайы мәтіндерді семантикалық талдау модельдері мен әдістері» атты диссертациясында әлеуметтік желілердегі қазақ тіліндегі мәтіндерді сентимент талдау есебін зерттейді. Сентимент талдау – мәтінге реңктік бояу беріп тұрған сөздерді және мәтінде жазылған объектіге, оқиғаға, құбылысқа, үрдіске немесе оның қасиеттеріне қатысты пікірдің эмоционалды бағасын автоматты түрде анықтауға арналған мағыналық талдау (контент анализ) әдістерінің тобы. Бұны есеп деп қабылдаса болады, оны шешу үшін қазақ тіліндегі реңктік бояуларды анықтайтын лексикалық бірліктердің семантикалық базасы және мәтіндерді сентимент талдау модельдері мен әдістері құрылады, қазақтілді мәтіндерді сентимент талдау алгоритмі бағдарламалық жүзеге асырылды. Бұл есепті шешу барысында табиғи тілдерді өңдеу технологиялары, моделдері, әдістері мен алгоритмдері қолданылады және табиғи тілдерді өңдеу саласындағы жаңа бағыттардың бірі [34].

Аталған еңбектерді біз жұмысымызда ретіне қарай атап көрсетіп отырдық.

Қорыта келгенде, ғаламтор тілі – электронды қатынасқа негізделе отырып пайда болған, қатынастың үшінші түріндегі тілдік қарым-қатынас. Ғаламтор жай ғана технологиялық көрсеткіш емес, сонымен бірге ғаламтор – негізгі қаруы тіл болып табылатын әлеуметтік факт. Тілсіз ғаламторды көз алдымызға елестете алмаймыз. «Ғаламтор тілі» ұғымы ең әуелі осыдан пайда болған. Ғаламторда басымдық танытатын тіл, әрине, ағылшын тілі. Басқа да ғаламторда көп қолданылатын тілдер бар. Сонымен бірге қазақтілді ғаламтор да тілдік факт ретінде өмір сүруде. Ағылшын, орыс тілдерінің әсері жоқ емес, соған қарамастан қазақтілді желілер тілдік факт ретінде қолданыс табуда. Мақсат – қазіргі тіл біліміндегі жаңа ғылыми парадигмаларға сәйкес әлеуметтік желі тілінің лингвистикалық және стилистикалық ерекшеліктерін айқындау, желі қолданушыларының прагматикасы мен коммуникативтік типтерін анықтап, олардың тіліндегі өзіне тән қолданыстарды талдау.

**1.2 Әлеуметтік желі қатынасы – тілдің жұмсалу құралының бірі**

Ғаламтор ішіндегі «ғаламтор» іспеттес болған әлеуметтік желінің тілі де бірқатар жақтарымен ерекшеленеді, оның ауызша әрі жазбаша формада көрініс табуы, сол екеуінің де белгілерін өзіне қосқан стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, табиғатының жылдамдығымен сипатталады. Бұл тараушада біз әлеуметтік желі тілінің тілде өмір сүру ерекшеліктеріне, оның негізгі деген айырым-белгілеріне талдау жасаймыз.

Әлеуметтік желі тілі өз бастауын жалпы ғаламтор тілі ұғымынан ала отырып, бірқатар осындай ерекшеліктерге ие болады. Ғаламтор тіліне тән жалпы заңдылықтардың негізінде желі тілі әлеуметтік желідегі қатынастың өзіндік сипаттарына сай тілде өмір сүреді. Тараушада әлеуметтік желінің пайда болуы, оған тән басты сипаттар, әлеуметтік желі тілінің тілде қалыптасу белгілері т.б. мәселелер қарастырылады.

Қазақ халқының біртуар ұлдарының бірі, ағартушы-педагог Ыбырай Алтынсариннің «Өнер-білім бар жұрттар» өлеңін жаттап өспеген қазақстандық кемде-кем шығар. Өлеңді оқып отырып, еріксіз таңданасың:

Айшылық алыс жерлерден,

Көзіңді ашып-жұмғанша,

Жылдам хабар алғызды...

– деген жолдармен келетін шумақтар құдды бір қазіргі әлеуметтік желілерге қатысты айтылып тұрғандай. Өлең қазіргі технологияның таңғажайып мүмкіндіктеріне тамсанып отырып жазғандай әсер қалдырады.

Бүгінгі күні ақпарат тарату бойынша ғаламтордың мүмкіндігіне ештеңе жетпейді. Газет, теледидар, радионың барлығы дерлік ғаламтор торабында сайт немесе өз парақшаларын ашып, электронды ақпарат құралдары күн өткен сайын көбеюде.

*Әлеуметтік желі* ұғымының қалыптасу жағдайы мен жалпы шығу, ғаламторда пайда болу тарихына тоқталалық.

*Әлеуметтік желі* терминінің шығу төркіні ағылшын тіліндегі social network, «social» – әлеуметтік, қоғамдық, ал «network» – желі, қауымдастық деген мағына беретін сөздерінен шыққан. Қазақ тілінде орыс тіліндегі «социальная сеть» ұғымының баламасы ретінде қалыптасты.

*Әлеуметтік* және *желі* сөздерінің түп мағынасына үңілсек, мынадай түсіндірулерді көреміз.

*Әлеуметтік* анықтауышы *әлеумет* сөзінен пайда болған, *әлеумет*: 1. Ел-жұрт, халық; 2. терм. лат. < socium >. Адамдардың бірлесіп әрекет етуінің тарихи қалыптасқан формаларының нәтижесі ретіндегі адамзат қауымдастығы. // 3. Әлеуметтік. Қоғамдық қызметіне қарай қандай да бір ортақ (кәсіптік, мәдени және т.б.) белгілер бойынша бірлескен адамдардың тобы.

*Желі*: 1. Ірі қара малды сауған кезде төлдерді (құлын, бұзау) байлау үшін екі қазыққа кере тартып, байлаған қыл немесе кендір арқан. 2. а у ы с. Бір нәрсенің ұзын ырғасы, бір-бірімен байланыстылығы, сабақтастығы. 3. Негіз, өзек, арқау. 4. тех. Жүйе, торап. Екі бағытта біршама ұзақ қашықтықтарға сағаланатын, жер қыртысына тән жарықтардың минералдық заттармен толуынан жарықтар бойынша тау жыныстарының орнын метасомаздық алмастыруынан пайда болған геологиялық дене [35].

Көрсетілген бастапқы мағыналарды негізге ала отырып, ғаламтор пайда болғалы *әлеуметтік желі* ұғымы да «адамдардың бір-бірімен қарым-қатынас жасайтын ғаламтор алаңы» мәнінде қолданыла бастады.

*Қатынас* ұғымы лат. communicatio, орысша «коммуникация», жалпы «байланыс», «араласу», «хабарласу», «қарым-қатынас» деген сияқты мағыналарды білдіре келіп, адамдардың тіл арқылы сөйлесу үдерісін, тілдесу ерекшеліктерін, тілдің әлеуметтік мәні мен қоғамдық қызметін, адамдар арасындағы қарым-қатынасты, өзара түсінушілікті көрсетеді [36].

*Қатынас* (коммуникация) пен *қарым-қатынас* (общение) ұғымын ажыратып қолданған жөн. *Қатынастың* мәні *қарым-қатынасқа* қарағанда әлдеқайда кең, оның мағынасына қоғамдағы ақпарат алмасудың үдерістерін сипаттау енеді, ал *қарым-қатынас* – жеке тұлғалар арасындағы өзара әрекетті сипаттайды. Осымен байланысты *қарым-қатынас* әртүрлі қызмет аяларында адамдар арасындағы пікір мен сезім алмасудың тілдік құралдардың көмегі арқылы жүзеге асатын әлеуметтік тұрғыдан байланысқан үдерісі болса, *қатынас* – ақпаратты беру мен қабылдаудың тұлғалар арасындағы әрі түрлі дискурстарда (жеке тұлғалардан институционалдыға дейін) түрлі арналар бойынша көпшілік қарым-қатынастарда вербалды және бейвербалды құралдың көмегімен жүзеге асатын әлеуметтік тұрғыдан байланысқан үдерісі. Диссертациялық жұмыста бұл екі ұғымның мазмұндық шегін осылай ажыратып қолдануға тырыстық.

Әлеуметтік желілер алғаш ХХ ғасырда 70-жылдардың аяқ шеніне таман пайда болды, адамдар бір-бірімен әңгімелесе алатын алғашқы электронды хабарландыру тақталары дүниеге келді. Дәл қазіргідей ыңғайлы болмаса да, бұл адамдарды біріктірудің алғашқы қадамы еді. Одан кейінгі кезең on-line сервистерінің пайда болуына ұласты. Әңгімелесуге арналған чатты жасаған бірінші компания CompuServe болды.

Кейін жедел хабарламалар жүйесі пайда болды. Файлдарды жіберетін және чаттағы жедел әңгімелесудің бірінші сервисі 1988 жылы MultiUser Talk бағдарламасын алмастырған IRC (Inetrnet Relay Chat) болды. 1990-жылдардың ортасында ICQ құрылды, ол дербес компьютерлерге арналған жедел хабарламалар жеткізудің бірінші жүйесі болды.

Әлеуметтік желілердің пайда болуының басты себебі – адамдардың бір-бірімен әңгімелесуді қалауы. Қазіргі кезде таныс емес адамдармен әлеуметтік желідегі жеке парақшада сөйлесе беруге болады. Тез дамыған ғаламтор бұл үдерісті тездетті. Қазір әсіресе жастар бетпе-бет жүздескеннен гөрі әлеуметтік желіде отырып сөйлескенді қалайды.

Ғаламтордағы әлеуметтік желінің бірінші аналогы 1995 жылы Рэнди Конрадс іске қосқан Classmates. Сайттың аудармасы – *Сыныптастар*. Сайттың мақсаты және мектептегі достарды табуға мүмкіндік жасау.

Classmates өзге әлеуметтік желілердің пайда болуына түрткі болды. AsianAvenue, MiGente, BlackPlanet тәрізді желілер 1997-98 жылдар аралығында пайда болды. Оларда функционалдылығы жағынан көп өзгешелік болған жоқ. 1999 жылдың 18 наурызында америкалық студент-бағдарламашы Брэд Фицпатрик «жанды журнал» – Livejournal-ді құрды.

Бүкіләлемдік ғаламторда әлеуметтік желінің қарқынды дамуы Facebook-тің пайда болуымен байланысты. 2004 жылы Марк Цукерберг Facebook әлеуметтік желісінің негізін қалады. Қазіргі кезде Facebook – ең танымал желі. Бүгінгі күні желі әлем бойынша Google-ден кейін ең танымал ғаламтор сайты.

2006 жылы Джек Дорси Twitter жобасын іске қосты. «Телеграм» 2013 жылы жарық көрді, ресейлік Павел Дуров ВКонтакті-нің негізін қалады.

Қазақстандық жергілікті әлеуметтік желілер де пайда болып жатты, nur.kz, Birge.kz, Ilike.kz, on.kz, [www.kazlife.com](http://www.kazlife.com/), Zhelide.kz сайттары жұмыс істеуде, ең танымалы – nur.kz. Ғаламтор желісінің қазақстандық бөлігі Қазнет үшін бұл сайттардың жұмысы жоғары көрсеткіш болып табылады [37].

Internet World Stats сайтының берген ақпаратына сүйенсек, 2021 жылғы 30 маусымдағы дерек бойынша Қазақстанда 14 669 853 адам ғаламтор пайдаланған, бұл жалпы халықтың 77,2% құрайды, соның ішінде Facebook әлеуметтік желісін 11 825 000 адам қолданады екен [38].

Елімізде Facebook желісінен өзге де жиі қолданылатын желілер бар, олардың қатарына күніне 1 млн. 125 мың рет қаралатын «Ватсап», 558 мың рет қаралатын «Инстаграм», 252 мың рет қаралатын «В контакте» желілері енеді [37].

Бұл деректерді біз әлеуметтік желі тілінің шынайы тілдік факт ретінде қолданылатындығын көрсету үшін айтып отырмыз. Қазақ тілі әлеуметтік желіде белсенді пайдаланылады. Әрине, әдеби тіл нормасының бұзылуы, сөйлеу этикетінің төмендігі, тіл мәдениеті сақталмайтын жағдайлар, өзге тілдік элементтердің басымдығы т.т. тәрізді деректер желі тілінде жиі ұшырасады. Осыған қарап, әлеуметтік желі тілінің белгілі бір қатынастық ортада, нақты коммуникативтік қажеттілікті өтеу үшін қолданылатын өзіндік ерекшелігі бар функционалдық аумақ екендігін жоққа шығара алмаймыз. Әлеуметтік желі тілі шынайы тілдік дерек ретінде қазақ тілінің ғаламтор саласындағы қолданысын күшейтіп отыр.

Сөйтіп, әлеуметтік желі қатынасы ХХІ ғасырда жылдам дамып отырған әлеуметтік-мәдени құбылыс ретінде ғаламтордың маңызды коммуникациялық құраушысының бірегейі. Қысқа мерзім ішінде әлеуметтік желі қызығушылықтары ортақ адамдардың бас қосатын белсенді қауымдастық сайтына айналды.

Әлеуметтік желінің негізгі қызметтері де осыдан туындайды:

1) қатынастық (адамдар бір-бірімен байланыс орнатады, жаңалықтармен, ақпаратпен (сурет, видео, аудиожазбалар, сайттарға сілтемелер, комментарийлер, хабарламалар) бөліседі, қандай да бір ортақ мақсатқа қол жеткізу үшін бірігу (әлеуметтік байланыста болу);

2) ақпараттық (ақпараттар ағымы екі бағытта жүргізіледі, желі қолданушылар коммуникатор (адресант) рөлінде де, реципиент (адресат) рөлінде де болады;

3) әлеуметтенуші (өзіндік даму, түрлі топтар мен достар жүйесіндегі қарым-қатынас, рефлекция);

4) өзіндік белсенділік (өзін-өзі таныстыру (көрсету), өзін-өзі жарнамалау);

5) сәйкестендіру (жеке парақша ашу кезінде желі қолданушысы өзіне қатысты ақпаратты толтырады, аты-жөні, туған күні, әлеуметтік жағдайы, мектебі, ЖОО, қызығушылығы т.т., бұл белгілі бір желі қолданушысын анкета арқылы іздеуге мүмкіндік береді);

6) көңіл көтеру (әлеуметтік желілер тек хабарламалар алмасумен шектелмейді, мультмедиялық файлдармен алмасуға да мүмкіндік береді).

Аталған қызметтеріне сәйкес әлеуметтік желі қатынасы мынадай өзіне тән белгілерге ие: біріншіден, әлеуметтік желі қалай дегенмен де таныс адамдардың қарым-қатынасына негізделеді; екіншіден, ол бір-бірімен құрамдастырылған, синхронды (қолданушыларға шынайы уақыт режимінде қатынасуға мүмкіндік беретін интерактивтік құрал (интернет-телефония, бейнечат, мәтіндік чаттар т.т.) және асинхронды (қолданушыларға ақпаратты жеткізудің жанама деректерін (түрлі медиаформаттар) ұсыну, дербес парақша, блог, форум) қатынас түрлерін ұсынады. Сондай-ақ қатынас жүйесін *тікелей* және *қашықтан* деп бөледі: *тікелей* – сөйлеушілердің бетпе-бет байланысы, сөйлеуші мен тыңдаушының өзара ым, ишара, интонация арқылы жүзбе-жүз түсінісуі; *қашықтан* – сөйлеушілердің алшақтан байланысуы, олардың арасында белгілі бір кеңістіктің болуы;

Үшіншіден, әлеуметтік желі ақпарат алмасудың, бөлісудің түрлі жолдарына (сурет, видео, аудиожазбалар т.т.) ие.

Әлеуметтік желі қатынасындағы ерекшеліктердің осындай түбегейлі өзгерісі жалпы ғаламтор немесе Интернет-қатынастың негізгі сипаттамаларын сақтай отырып, оны әрі қарай түрлендіре және өзгерте түседі. Желі қолданушыларының стратегиялары мен коммуникативтік типтеріне қатысты, олардың виртуалды «Мен»-іне қатысты, жалпы ғаламтор прагматикасына қатысты өзгерістерді енгізеді.

Әлеуметтік желі қатынасы коммуникацияның жаңа түрі ретінде жаңадан дүниеге келген әлеуметтік-коммуникативтік тәжірибе және орта болып саналады, бұл ортада тілді қолдану мен жаңа кеңістікке бейімделуінің өзіне тән жақтары болады. Тіл осымен байланысты мынадай қызмет атқарады: 1) желідегі қарым-қатынастың құралы; 2) желідегі қалыптасып отырған ұжымдық тәжірибенің, сананың, ойлаудың құралы, соларды жинақтау, сақтау құралы; 3) желілік мәдениеттің қалыптасу құралы.

Диссертациялық жұмыста әлеуметтік желі қатынасындағы тілдің қолданылу ерекшеліктерін талдағанда біз осы ұстаным тұрғысынан келдік.

Желі тілінің басты ерекшелігі тілдік қатынастың екі түрін де – ауызша және жазбаша – өзінің бойына сіңіруден көрінетін жалпы лингвистикалық табиғаты.

Әлеуметтік желілердегі қатынас тілдік қатынастың басқа түрлеріне, айталық, ауызекі тіл мен жазбаша қатынасқа қарағанда, өзіндік ерекшелікке ие.

Қазақ әдеби тілі екі түрлі формада жүзеге асады: ауызша және жазбаша қатынас. Әрқайсысы өзіндік ерекшелікке ие, олар тілдік құралдар жүйесі жағынан, адресат сипаты және қабылдау ерекшеліктері жағынан бір-бірінен ерекшеленіп тұрады.

Қ. Күдеринова өзінің монографиясында жалпы тілді ауызша тіл және жазбаша тіл (аталған автордың қолдануында «жазба тіл») оппозициясында топтастырады: 1) қазіргі адам санасында ойдың сыртқы тілге кодталуының екі түрі болады: графема арқылы сөздің графикалық портреті және фонема арқылы сөздің негізгі дыбыстық реңкі; 2) адам санасында тіл екі түрлі болып сақталады: ауызша және жазбаша, жазу монополиясының күшеюі тілдік санада екі түрлі ойлау жүйесін қалыптастырып отыр [39].

Ғаламтор тілінің пайда болуы осындай пікірлерге өзгеріс енгізіп отыр, жалпы тілді қолданудың үшінші аясы ретінде қоғамдық өмірімізге белсене енді. Жоғарыда келтірілгендей, Д. Кристалдың формуласы «*сөйлеудің ауызша формасы + сөйлеудің жазбаша формасы + компьютер арқылы туындайтын белгілер*» [21, р. 3-270] осыны көрсетеді. Осымен байланысты ғаламтор тілін сөйлеу мен жазудың гибриді деп түсіну жеткіліксіз, ол кең мағынаны қамтиды.

Ғаламтор тілін ауызша не жазбаша қатынастың біріне жатқызатын көзқарастар да кездеседі. Мәселен, аталған зерттеуші Қ. Күдеринова былай деп жазады: «... жазудың коммуникативтік негізгі қызметін бүгінгі таңда ауызша коммуникацияның техникалық құралдары (телефон түрлері, интернет жүйесі) екінші қатарға ығыстырып отыр. Интернет жүйесін де ауызша коммуникация жүйесіне жатқызып отырғанымыз, мұнда жазу графикасы мен таңбалары пайдаланғанымен, ЖТ (*жазбаша тіл – З.К.*) жүйесі сақталмайды. Ақпарат АТ (*ауызша тіл – З.К.*) жүйесінде құрылып, тіпті өздік коммуникация (аудиалды-визуалды) жүйесін жасауға айналды. Сонда жазудың коммуникация қызметі бүгінде екі формада көрініп отыр: 1) хабарласудың ресми, іскерлік сипатында (ресми іс-қағаз); 2) интернет жүйесі арқылы хат жазысу аясында» [39, б. 13].

«Интернет тілі, негізінен, жазбаша тіл, формальды тіл» деген пікірлер кездеседі [40].

Мұндай көзқарастар әлеуметтік желі алаңында ауызша мен жазбаша тілдің өзара ықпалдасып, өзгеріске ұшырап отырғандығын ескермейді.

Батыс зерттеушілері ғаламторда сөйлеу тәжірибелерінің, коммуникацияның түрлі тәсілдері мен форматтарының шоғырлануына орай бейнелі түрде «Дыбысталатын жазу» және «Жазылған сөйлеу (сөз)» деп анықтауы да ауызша мен жазбаша қатынастың ықпалдастығынан туған [41].

Енді ауызша және жазбаша қатынастың ерекшеліктеріне тоқтала кетейік.

Р. Әміров «Ауызекі сөйлеу тілі – тілдің бастапқы қалпы» екендігін айта отырып, ауызекі сөйлеу тілін қалыптастыратын коммуникативтік жағдайлардың бастылары ретінде мыналарды атайды:

1) пікір айту ауызша әрі сөйлеуші мен тыңдаушының жүзбе-жүз отырып қатысуы үстінде болады;

2) пікір айту диалог түрінде, яғни екі немесе бірнеше адамның қатысуы арқылы жүреді;

3) пікір айту ешқандай дайындықсыз, емін-еркін әңгіме үстінде құралады [42].

Ауызша тілдің ерекшеліктері Қ. Күдеринованың келтірген зерттеуінде толыққанды талданады. Ғалым оны «уақыт пен кеңістік жағынан мобильді, айтылатын сөзді сол мезетте сол қалпында қайталау мүмкіндігі жоқ тіл» деп анықтай отырып, басты белгісі – сөз экономиясына негіз болатын мынадай белгілерді атап көрсетеді:

– коммуниканттардың паралингвистикалық, экстралингвистикалық, супенсегментті тәсілдер қорына: интонация, жест, тон, темп, мимика, затты көрсете алу, имплицитті семантика, фонға ие болуынан;

– конситуация коммуникациясының толық мүшесі болуы, қоғамдық-әлеуметтік контекстің болуынан;

– осыған байланысты сөздердің семантикалық байланыстылығының күштілігі, морфологиялық формасыз, шылауларсыз байланыса беруінен;

– аналитизм, инверсияның күштілігінен;

– коммуниканттардың санасында вербалданбайтын жасырын мазмұнның болуынан [39, б. 48].

Үй іші жағдайындағы екі әйелдің әңгімесінен мына мысалды келтіреді: *Бір айдай жатып, жұмысқа бармай, қашып, барса, бәрін осыған жауып, оңбағандар, содан мойнына бәрін ілген, алғанын да, алмағанын да, содан қойшы, әйтеуір, мен білем, таза екенін, бір құдайдың өзі біледі, маған айтты бәрін жыр қылып, сол құртып кетті, баланы күйдіріп ап, қайта құдай сақтап, бұны шақыртып, жақсы болған жерден шақыртып, бір уақытта Тукаш келді, айтып берді Данияр. Әлі күнге дұрыс тұра алмайды ешқайда* [39, б. 49].

Мысалды келтіріп отырған себебіміз, осы тәріздес құрылымдар әлеуметтік желі қатынасына да тән және оны АСА («аса көп ақпарат») деп атайды, ол құрылымдарда берілетін ақпараттың жымдасып, бірігіп кетуі көрінеді, монологтік түрде немесе көпшілікке арналған жазбаларда кездеседі.

Жазбаша тіл болса, тілдік құралдардың кітабилігіне (книжность), рационалды-логикалық құрылымдарға, формальділігіне, стандарттылығына негізделеді [43].

Сонымен бірге, жазбаша тіл саналы түрде игерілетін күрделі үдеріс. Жазбаша тілді игеру мектеп жасынан басталады, Қ. Күдеринованың сөзімен айтсақ, 7-8 сыныпқа келгенге дейінгі бала белгілі авторлардың көркем шығармаларын оқып, мазмұндап, ойды көркемдеп жеткізетін құралдарды қалай пайдалануды зердесіне тоқып, санасына елес түрде сіңіреді, кейін осы елесті пайдаланып, ойын сыртқа көркемдеп жеткізу дәрежесіне жетеді (шығарма түрінде). 9-11 сынып бағдарламасы бала сезіміне әсер еткен мотивті жеткізуді емес, оның себебін іздеуге шығады. Кейін ЖОО-дағы дәріс, семинар есебінен өз мамандығына сәйкес жазуға жетеді, қызмет бабындағы ресми сөйлеу, іс қағаздар стилін меңгереді [39, б. 46-47].

Жазбаша тіл мен ауызекі тілдің осындай негізгі өзгешеліктері бола тұра, оларды бір-біріне қарсы қоюға болмайды. Ауызекі сөйлеу тілі мен жазба әдеби тілдің өзара түйісуінің бастапқы кезеңінде де, бүгінгі кемелденген шағында да біріне-бірі әсерін тигізе отырып дамиды, бірін-бірі толықтырып отырады [42, б. 8]. «Ауызша тілдік қатынас пен жазбаша тілдік қатынастардың әрқайсысы жеке құбылыс ретінде өмір сүрмейді. Олар өзара тығыз байланыста келіп, біреу екіншісіне ұласады» [36, б. 15].

Ауызша тіл бала тілінің қалыптасуымен салыстырылады. Екеуінің ұқсас жақтары табиғи қатынас кезінде қалыптасуы. Бала тілін зерттеумен айналысқан ғалымдардың пікірінше, бала тілінің ерекшелігі оны түсінуі арқылы дамиды. Бала тілі – баланың танымдық деңгейінің өсуімен байланысты. Бала өзіне қажет табиғи қарым-қатынастың нәтижесінде тілі де күрделене түседі, өзі өскен ортасымен, ересек адамдармен қарым-қатынас жасау арқылы бала тілі де ересектер тіліне ұқсап, дамиды [44].

Жазбаша тіл мен ауызша тіл бір-бірімен тығыз байланысты, сонымен бірге «сөйлеу бірлігі» ретінде олардың айырмашылықтары да бар. Келтірілген пікірлерге қарағанда, олардың арасындағы негізгі айырмашылықтар мынадай болып келеді:

1. Жазбаша тілде сөйлеуші тікелей қатыспайды, ал ауызекі тілде сөйлеуші тікелей қатысатындықтан, оның қатынас үдерісіне де ықпалы басым болады. Жазбаша тілдің ерекшелігі сонда, жазу үдерісі жазып отырған адамның өзіне ғана тән, ол оқырманды бар болғаны ойша елестете алады, қабылдаушы тарапынан оқып түзету әрекеті жазу үдерісінде болмайды.

2. Жазбаша тілдің негізгі қызметі – ақпаратты кез келген қашықтықта жеткізу болса, ауызекі сөйлеу тілі әңгімелесу жағдайындағы сөйлесім қызметін атқарады. Демек, жазбаша тіл мен ауызекі тіл атқаратын қызметі жағынан да ерекшеленеді.

3. Ауызекі тілге бірқатар эмоционалды-көркемдегіш құралдар тән, олар қарым-қатынасты жеңілдетеді, ақпаратты қабылдау мен жеткізуді нақты әрі үнемді жасайды; сөйлеу қызметінің бейвербалды құралдары – ым-ишарат, пауза, дауыс ырғағы қатысады, олар ауызекі тілді сөйлеу ситуациясына бейімдейді. Жазбаша тіл семантикалық толықтығымен ерекшеленеді, тілдік құралдар (лексикалық және грамматикалық) берілетін ақпарат мазмұнын толыққанды білдіруімен сипатталады. Сонымен бірге жазарман («пищущий») оқырманның мәтінді толық түсінуін қамтамасыз ету керек.

4. Ауызекі тіл балада есту арқылы ересектермен табиғи қатынас кезінде қалыптасады. Жазбаша тіл саналы түрде игерудің (оқудың) нәтижесінде қалыптасады, ойды жазбаша жеткізудің тәсілдерін игеру қажет, ол көзбен көру арқылы қалыптасады.

5. Жазбаша тіл жазып отырған адамға алдын ала ойлануға мүмкіндік береді, жазарман өз жазғандарға қайта оралып, сөйлемдерді түзетуге, мәтін бөліктерін алмастыруға, мәтін ішіндегі сөздерді ауыстыруға, нақтылауға, сөздіктер мен анықтамалықтарға жүгінуге мүмкіндігі бар. Ауызекі тіл – дайындықсыз, сөйлесу кезінде пайда болады.

6. Жазбаша тіл кітаби (жазба) элементтерді қолданады, стандарт тілдік құрылымдарды пайдаланады. Сөйлемдегі сөздердің орын тәртібі берік, жазбаша тілге инверсия тән емес, ал кейбір жағдайларда, мысалы, ресми стильде инверсия жасауға тіпті де болмайды. Жазбаша тілдегі сөйлем құрылымдары толық, оған күрделі синтаксистік құрылымдар, есімшелі және көсемшелі оралымдар, күрделенген анықтауыштар, қыстырынды конструкциялар т.т. тән. Сөйлемдер мағыналық жағынан байланыста, абзацтар күрделі ойды беруге құрылады. Ауызекі сөйлеу тілі де әдеби нормаға бағынады, алайда нормаға қайшылық, одан ауытқу ауызекі тілде жиі кездесіп тұрады, өйткені тіл мен сөйлеудің (речь) ара жігі – олардың жалпылығы мен жекелігінде, ауызекі тілге жекелік тән.

Енді әлеуметтік желі қатынасына тән ерекшеліктерге тоқталамыз. Ғаламтор кеңістігі, соның ішінде әлеуметтік желі қазақ тілі жұмсалуының жаңа сферасы ретінде пайда болды және уақыт озған кең өріс алып отыр. Ғаламтор кеңістігі көп аспектілі, көп функционалды коммуникацияның бір түрі ретінде бірқатар өзіндік ерекшеліктерге ие. Ғаламтор жазбаша қатынасқа басымдық береді. Сонымен бірге визуалды ақпарат та ғаламтор (әлеуметтік желі) үшін маңызды.

Тіл білімі үшін ғаламтордың құрамдас бөліктерінің ішінде чаттар мен форумдар, сондай-ақ қысқа мәтіндік хабарлама алмасу құралдары (ICQ және соның аналогтары) қызығушылық тудырады, бұлар ғаламтор аудиториясының санасында әбден орнығып қалған.

Төменде әлеуметтік желі қатынасына тән ерекшеліктер келтіріледі:

1. Анонимділік. Әлеуметтік желіге тіркелген адам анкета толтырып, тіпті фотосуреттерін де қояды, алайда осыған қарамастан жеке адамды желі арқылы нақты қабылдау қиын. Оның үстіне желіде әртүрлі сипаттағы жалған ақпараттар мен презентациялар кездеседі. Желідегі осындай анонимділік желі қолданушысының жауапкершілігінің төмендеуіне әкеледі. Ал жауапкершіліктің аздығы коммуникация барысындағы әлеуметтік және психологиялық қауіпсіздікті төмендететін факторларға әкеп соқтырады: кейбір желі қатысушыларының қызуқандылығы, жауапкерсіздігі, жиі нормадан ауытқушылығы. Желідегі адам желі туғызған еркіндікті, сөз бостандығын желеу етіп, тұрпайы сөйлеуі мүмкін, дөрекі әрекеттер көрсетеді. Осының бәрін ол өзінің теріс әрекеті үшін ешқандай жауапкершілікке тартылмайтындығын білгеннен соң істейді.

Желіде пайда болатын виртуалды тұлғаның өз ерекшеліктері болады. Виртуалды бірегейлік жайында америкалық зерттеуші Шерил Текл жазғандай: «Сіз кім болғыңыз келсе, сол адам боласыз. Егер қаласаңыз, өзіңізді толықтай қайта жасай аласыз. Сіз қарама-қарсы жыныстың өкілі бола аласыз. Сіз аз сөйлейтін адам бола аласыз. Кім болғыңыз келсе, сол боласыз. Сізге сізді басқалардың қалай қабылдайтындығы жайында уайымдап қажеті жоқ. Мұндай қабылдауға әсер ету тіпті оңай, өйткені сіз оларға нені көрсетсеңіз, олар Сіз жайындағы пікірлерін соған негіздейді. Олар Сіздің түріңізді көрмейді, ол жайында еш жорамал жасай алмайды. Олар Сіздің даусыңызды естімейді, ол жөнінде де ештеңе айта алмайды. Олардың тек көретіні, Сіздің жазғаныңыз» [11].

2. Байланыс жасаудың желі қолданушысының еркі мен қалауы бойынша іске асатындығы. Желі қолданушысы ерікті түрде қандай да бір адаммен байланысқа шыға да алады, сондай-ақ байланысты кез келген уақытта бұза да (жоя) алады.

3. Коммуникацияның эмоционалдық компонентінің қиындығы, сонымен бірге мәтіннің түрлі эмоцияны білдіретін белгілермен қоса жүруі.

4. Желідегі әрекеттердің әдеткі емес, еш қалыпқа сыймайтын әрекеттерге ұласуы немесе соған деген ұмтылысы. Кейбір желі қолданушылары жалпыға ортақ әлеуметтік нормаларды сақтамай, жөнсіз қылықтарға барады.

Қазақ тілі ғаламторда негізінен жазбаша нұсқада қолданылады, сонымен бірге интерактивті желі коммуникациясында сөйлеу темпі ауызекі тілге жақын болып келеді.

Әлеуметтік желі «екінші өмір» тәрізді, шынайы өмірді алмастырушы, онда қарым-қатынас электронды пошта, чат, форумдарға қарағанда ерекше сипатпен жүзеге асады, бай әрі өзіндік ерекшеліктерге ие болып келеді. Сөйтіп, әлеуметтік желі қатынасы виртуалды шындықты тудырды.

Әлеуметтік желіде адам өзі туралы толық ақпаратты береді, бұл, бір жағынан, қарым-қатынастың жасырын (анонимді) сипатын жояды. Егер чаттар мен форумдарда адам никнеймді (лақап ат) қолдана алса, әлеуметтік желіде адам өз аты-жөнін, тұрғылықты мекенжайын, жұмыс (оқу) орнын толық жазады. Кейбір жағдайларда жеке ақпаратты да, айталық, отбасы жағдайын, саяси көзқарасын т.т. көрсетеді. Басқа қолданушылардың анкетасын қарауға, танысуға әлеуметтік желіде мүмкіндік бар. Виртуалды коммуникацияның жанды қатынасқа қарағанда таңдау құқығының болуы – оның өзгешелігі болып табылады, мысалы, жіберілген хабарламаға жауап беруге де болады, жауап бермеуге де болады. Ауызекі тілде сұрақ қойған адамға сіз міндетті түрде жауап бересіз, сондай-ақ сіздің бет-әлпетіңізден ішкі психологияңызды келесі адамның байқау мүмкіндігі бар, осының бәрі әлеуметтік желіде болмайды.

Көп жағдайда желі қолданушылары әлдебір нәрсені жариялай отырып (мәселен, суретін салу, дәрежесі (статус) мен бейнесін (аватар) өзгерту), басқалардың реакциясын (қолдау, комментарий жазу) күтеді. Бұл желінің шынайы өмірмен байланыстылығын білдіреді, өйткені нақты өмірде де біреуге сұрақ қойсаң, жауабын күтесің ғой және жауапты бірден аласың. Әлеуметтік желіде жауап күту белгілі бір уақытқа созылады, тіпті ешқандай жауап та болмауы мүмкін. Осындай онлайн жағдайда ешқандай жауапсыз қалған, сөйтіп, аяқталмай қалған ситуациялар да жиі кездеседі.

Күнделікті қарым-қатынаста біз қарсы тарапқа не айтатынымызды (не айтқымыз келгенін) ым-ишара арқылы білдіре береміз, бұл әңгімелесу кезінде маңызды рөл атқарады. Әлеуметтік желіде осындай паратілдік амалдарды қолдану сәл басқаша сипатта жүзеге асады. Бұл желіде біз барлық жағдайда жазылған (айтылған) сөздің шын немесе жалған екендігін тексере алмаймыз. Мысалы, желі қолданушысы күлімсіреген эмотикон жіберуі мүмкін, ал нақты жағдайда желі қолданушысының эмоциялық ахуалы басқаша болуы мүмкін.

Мысалы үшін әлеуметтік желіде жиі кездесетін мынадай типтік диалогті келтірейік:

– *Қал қалай*?

– *Жаман емес*.

– *Не болды*? *Көңілсізсің ғой*?

– *Жоқ, бәрі дұрыс*... *(16 наурыз, 2022)* <http://surl.li/rmivl>

Бұл сұхбаттан хал-жағдай сұраған әңгімелесушінің екінші тараптың көңіл-күйіне назар аударғандығы көрінеді. Оның ойынша, екінші әңгімелесушінің көңіл-күйі жоқ. Егер әңгімелесуші екінші адам *Керемет*! *Күшті*! *Тамаша*! деп жауап бергенде немесе эмотикондар арқылы бергенде сұхбат басқаша өрбитін еді. Коммуникацияның эмоционалдық компонентінің қиындығы дегенде біз осындай ситуацияларды ескереміз.

Сөз болған мәселелерді төмендегі 2-кесте арқылы тұжырымдауға тырысамыз.

Қорыта келгенде, қазақ тілі екі формада – ауызша және жазбаша – жүзеге асады. Виртуалды қатынас қазақ тілінің қолданылатын үшінші сферасына айналып отыр.

Ауызша және жазбаша қатынастың ерекшеліктері болатындығы сияқты әлеуметтік желі қатынасының да өзіндік ерекшеліктері бар.

Кесте 2 – Ауызша, жазбаша және әлеуметтік желі тілінің ерекшеліктері

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сөйлеу түрі | Ауызша  (ауызекі) тіл | Жазбаша тіл | Әлеуметтік желі тілі |
| Белгілері |
| Сөйлесу барысындағы сөйлесушінің болуы | Нақты сөйлесуші сөйлеуге қатысады (тыңдаушы реакциясы сөйлесімге ықпал етіп отырады) | Сөйлесушінің сөйлеуге қатыспауы (жазарман мүмкін болатын реакцияны тек болжай алады) | Сөйлесуші қатысуы да, қатыспауы да мүмкін («онлайн» деп қосулы, алайда ол тіл деспейді, «көзге көрін бейтін» режимде) |
| Негізгі қызметі | коммуникативтік | жаңа ойдың тууы мен берілуі | Екеуі де бар, коммуникативтік + өзін өзі жарнамалау |
| Сөздің дайындықсыздығы немесе алдын ала дайындалатындығы | Сөйлеу дайындық сыз жүзеге асады (алдын ала дайын дықсыз сөйлесу ба рысында пайда болады) | Сөйлеу алдын ала дайындалған болуы керек, оны дайын даудың түрлі саты ларында редакция лау мүмкіндігі бар | Дайындықсыздық та, дайындалғандық та қатысады, дайындық сыздық ауызекі тілге жақындатады |
| Игерілу тәсілдері | Бала тілі ересектермен табиғи сөйлесім барысында шығады | Саналы түрде меңгеру нәтижесінде қалыптасады | Ауызекі тіл бойынша да, жазбаша тіл бойын ша да бар дағдылар негізінде жүзеге аса ды, технологиялық бі лім, желі этикетін бі лу, желідегі сленгтер, мемдерді білу талап етіледі |
| Қабылдау тәсілі | Есту арқылы | Көру арқылы | Көру арқылы |
| Қолданыс (өмір сүру) тәсілі | Уақыт кесіндісінде өмір сүреді, өзгерме лілік сипаты басым | Кеңістікте өмір сү реді, қайта оралуға, қайта оқуға болады | Кеңістікте өмір сүре ді, сонымен бірге ав тор өзі жоюы да мүмкін |
| Құрамдас бөлік ретінде бейвербалдылықтың қатысуы | Бейвербалды құрал дар қолданылады (ым-ишара, интона ция), олар әңгімеле сушіге тілдесімнің шынайылығын көрсетеді | Бейвербалды құралдар қолданыл майды, бұдан орфография мен пунктуацияның маңыздылығы көрінеді | Бейвербалды құрал дар параграфемика элементтерімен бірге (эмотикон, смайлик тер, стикерлер, анима ция, аудио және бейне жазбалар т.т.) |
| Нормалану дәрежесі | Нормадан ауытқушы лық бағыты басым | Әдеби тіл нормала ры қатаң сақталады | Әлсіз (босаң) норма |
| Қолданыстағы нәтиже | Дискурс тудырады (ауызекі сөйлеу тұ тас қарағанда «өмір ден ойып алынған тіл» деп саналады) | Мәтін тудырады (тілдік ойлау үдерісінің дайын нәтижесі ретінде) | Жалпы дискурсивтік кеңістік тудырады, ол көлем жағынан да (жаңа аккаунттардың, топтардың т.т. пайда болуы), мезгілдік жа ғынан да (интернеттің тәулік бойы істеуі) кеңейе береді |

Жұмыста осындай ерекшеліктер ретінде мыналар келтіріледі: 1) анонимділік; 2) желідегі байланыстың желі қолданушысының еркі мен қалауы бойынша іске асатындығы; 3) эмоционалдылықты беруде мәтінмен қоса бейвербалды амалдардың қолданылуы; 4) желідегі әрекеттердің жалпыға ортақ әлеуметтік нормалардан ауытқушылығы.

Сонымен бірге әлеуметтік желі ауызша және жазбаша қатынас түрлерімен сөйлеу барысындағы сөйлеушінің қатысы мен атқаратын қызметі жағынан, дайындықсыздық немесе алдын ала дайындалғандығы бойынша, игерілу және қабылдау тәсілдері тұрғысынан, өмір сүру формалары мен нормалану дәрежесі, бейвербалдылықтың қатысуы мен қолданылу нәтижесі бойынша салыстырылды.

Әлеуметтік желінің тілі өзіндік ерекшеліктерге ие, оның ауызша әрі жазбаша формада көрініс табуы аталған екеуінің де белгілерін өзіне қосқан стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, жылдамдығымен сипатталады.

**1.3 Тіл мәдениеті және әлеуметтік желі**

Алдыңғы тараушалардан белгілі болғандай, әлеуметтік желі тілі шынайы тілдік факт ретінде қоғамдық санамызға әбден енді. Қазіргі қазақ тілі өзге де тілдер тәрізді әлеуметтік желіде белсенді пайдаланылады. Әлеуметтік желі тілі адамдар қарым-қатынас жасайтын жаңа қатынас – виртуалдылықты тудырды, әлеуметтік желінің ерекшелігіне сай тіл де соған бейімделіп жаңаша сипат ала бастады. Әлеуметтік желінің қарқынды қолдануымен тағы бір мәселенің шеті көрінгені жасырын емес, ол – тіл мәдениеті сақталмайтын жағдайлардың уақыт озған сайын жиі ұшырасуы.

Осымен байланысты ғаламтор тілінің мәдениеті туралы сөз қозғайтын сәт жетті деп санаймыз, желі қолданушыларының санасында осы ұғым жайында және ғаламтор әдебі, оған кері әсерін тигізетін факторлар, сыпайы сөйлеу мен оған қарама-қарсы ұғым сөйлеу агрессиясы (дөрекілік), троллинг, кибербулинг жайында ақпарат қалыптастыру қажеттігі туындайды. Бұл мәселелерді ғылыми қарастыру әлеуметтік желі қатынасындағы тілдік тәжірибеде де берері мол болмақ. Көптеген желі қолданушылары осыны білмегендіктен немесе түйсінбегендіктен, қарым-қатынас барысында қалай болса солай сөйлейді/жазады. Бұл тарауша жалпы тіл мәдениетінің ғаламтор пайда болғалы оның құрамдас бөлігіне айналуы тиіс осындай ғаламтор тілі мәдениетінің мәселелеріне арналады. Ол үшін ең алдымен жалпы тіл мәдениеті, оның негізгі бағыттары туралы қарастыра кеткенді жөн көреміз.

Тіл мәдениеті – сөздерді дұрыс орнымен қолдану (лексикалық), дұрыс құрастыру (синтаксистік), дұрыс қиюластыру (морфологиялық), дұрыс дыбыстау (орфоэпиялық), сауатты жазу (орфографиялық), тілді әсерлі етіп жұмсау (лингвостилистикалық) нормаларын ұстану, орнықтыру, жетілдіру [45].

Акад. М. Серғалиев «Тіл мәдениеті үшін күрес ешқашан тынбақ емес, өйткені адамдардың жалпы мәдениетінің даму процесіне сәйкес сөйлеу, жазу мәдениеті де өсіп отыруы қажет. Тағы да тіл мәдениетін дамыту дегеніміз, әділдікке келгенде, сөздерді ойдың мазмұнына сәйкестендіріп, дәл, айқын қолдануға дағдылану ісін дамыту болып шығады. Сөзді қай жанрда жұмсасаңыз да, қай жерде қолдансаңыз да осы талап орындалуы тиіс» деп жазады [46].

Демек, тіл мәдениетін сақтау ана тілінде сөйлейтін барша қауымға ортақ құбылыс.

Тіл мәдениетінің негізгі өзегі – норма екендігі белгілі [45, б. 6]. М. Балақаев ең әуелі, әдеби тілдің нормаларын анықтап алады. Ғалымның түсінігінде, әдеби тіл – жазба әдебиет арқылы жүйелі қалыпқа түскен, стильдік тармақтары бар, қоғамдық қызметі әр алуан тіл [47]. Оның басты-басты лексикалық, орфоэпиялық, орфографиялық, грамматикалық нормалар сияқты түрлері ғалым еңбектерінде жан-жақты талданады. Осы нормаларды сақтамау – әдеби тілді бұзады, шұбарлайды. Тілдің нормалану дәрежесі неғұрлым айқын болса, тілдің әдебилігі де соғұрлым жоғары болады. «Әдеби тілдің жауы – анархия» дегенді ғалым әр уақытта жазған.

Қазіргі кезде қазақ әдеби тілінің қоғамдық өмірдің әр саласында жұмсалып, жазбаша түрдегі де, ауызша түрдегі де қызметі өрістей түскен сайын тіл мәдениетіне де назар аудару бұрынғыдан да күшейіп отыр.

Қазақ тіл білімінде тіл мәдениеті мәселелерін зерттеу А. Байтұрсынұлынан бастау алады десек қате айтқандық емес. «Тіл – адамның адамдық белгісінің зоры, жұмсайтын қаруының бірі. Осы дүниедегі адамдар тілінен айырылып, сөйлеуден қалса, қандай қиындық күйге түсер еді, осы күнгі адамдар жазудан айырылып, жаза алмайтын күйге ұшыраса, ондағы күйі де тілінен айрылғаннан жеңіл болмас еді» [48]. – деп айтқан А. Байтұрсынұлының сөзі туған тілдің болашағы үшін күйген үлкен ғалымды көрсетеді. Ғалым тілдің қолданылу заңдылықтарын зерттейтін саланы «Тіл қисыны» деп атайды: «Тіл қисыны дегеніміз асыл сөздің асыл болатын заңдарын, шарттарын танытатын ғалым. Лебіз ғылымының мақсаты асыл сөздің асыл болатын заңдарын білдіріп, түрлерін танытып, әдебиет жүзіндегі өнерпаздардың шығарған сөздерінің үлгі-өнегелерімен таныстырып, сөзден шеберлер не жасағандығын, не жасауға болатындығын көрсету» [49]. Тіл қисынының «тіл тазалығы», «тіл дәлдігі», «тіл анықтылығы» тәрізді шарттарын ұсынады:

«Тіл тазалығы» дейтініміз – ана тілдің сөзін басқа тілдің сөзімен шұбарламау».

«Тіл дәлдігі деп ойлаған ұғымға сөз мағынасы сәйкес келуі айтылады».

«Айтылған лебіз ашық мағыналы, түсінуге жеңіл, көңілді күдіктендірмейтіндей болса, тіл анықтылығы дегеніміз сол болады».

Тіл мәдениетінің ең бір жанды жері – сөздің коммуникативті сапасы [50]. Бұл адресант, адресат факторы, коммуникативтік құзіреттілік терминдерімен тығыз байланысты. Қарым-қатынас жасау барысындағы сөздің коммуникативті сапасы қарым-қатынасқа дейін және одан кейін де ескеріліп отырады. А. Байтұрсынұлы сөйлеу актісінде орын алатын осы мәселені жақсы түсінген. Бұған дәлел ғалымның мына пікірі: «Айтушы ойын өзі үшін айтпайды. Өзге үшін айтады. Сондықтан ол ойын өзгелер қиналмай түсінетін қылып айту керек. Оның үшін айтушы сөйлейтін тілді жақсы қолдана білуі тиіс. Яғни әр сөздің мағынасын жақсы біліп, дұрыстап сөйлемді тізе білуі тиіс» [49, б. 152].

Тіл мәдениетіне апаратын жолдың басы – сөйлей білу. Өзара әрекеттесуді, адамзаттың бір-бірімен түсінуін қамтамасыз ететін, тілдік қарым-қатынасты іс жүзінде жүзеге асыратын – тіл. Тілдік қарым-қатынас – бұл адамның ойлау, пайымдау, сөйлеу, тыңдау, түсіну және т. б. іс-әрекетіне тікелей қатысты құбылыс.

Сөздің дұрыс қолданылу сапасын Н. Уәлиұлы былай топтастырады: *сөз жатықтығы*, *сөз байлығы*, *сөз тазалығы*, *сөз дәлдігі*, *сөз әсерлілігі*. Сөз мәдениеті аталған сөз сапаларын қалай игеріп жүрміз, өмірде қалай пайдаланып жүрміз, сөзді қолдану амал-тәсілдерін дұрыс, дәл, тиімді қолданып, мазмұнды, әсерлі етіп жұмсай алдық па дегенге саяды. Сөз мәдениеті – әдеби тілдің грамматикалық, лексикалық, стилистикалық, орфоэпиялық, орфографиялық нормаларын меңгеру, сонымен бірге бейнелеуіш, көріктеуіш амал-тәсілдерді қарым-қатынас жасаудың мақсаты мен мазмұнына сай етіп қолдана білу [51].

Тіл мәдениеті сөз болған тұста орыс тіліндегі «речь» аталып жүрген ұғымның қазақша баламасының бірізді еместігін зерттеушілердің барлығы көрсетеді. Акад. Р. Сыздық бұл туралы «қазақ тіл білімінде «язык» пен «речь»-ті айырып атайтын терминдер әлі қалыптаспай келеді. «Язык» дегенді «тіл» делік, ал «речь»-ті қалай атауымыз керек. Оны «тіл», «сөз», «сөйлеу», «тіл қолданысы», «қолданыс» деп әрқайсымыз әр түрлі беріп жүрміз» [45, б. 20] деп жазады. М. Балақаев өзінің «Қазақ тіл мәдениетінің мәселелері» (Алматы, 1965) еңбегінде *тіл*, М. Серғалиев *қолданыс тілі* немесе *қолданыстағы тіл* деп атауды, Н. Уәлиұлы *сөз* ұғымын осы орайда қолданады. Р. Сыздық жалпы пәндік термин ретінде «Сөз мәдениеті» атауын дұрыс көреді. «Өйткені бұл жерде әңгіме ойымызды ауызша да, жазбаша да дұрыс («мәдениетті») білдіру туралы болмақ, ал «ой» дегеніміздің бір атауы – сөз» [45, б. 21] деп түсінеді. Сонымен бірге «Тіл мәдениеті» атауын да бірден ығыстырып тастамайды, оның себептері ретінде ғалым мыналарды атайды: біріншіден, ол – бұл күнде қазақ тіл білімі зерттейтін қолданбалық мәні зор саланың атауы ретінде біршама қалыптасқан; екіншіден, ой-пікірді тіл арқылы білдіруде сөздерді орнымен жұмсап, сөйлемдерді дұрыс құрастырудан өзге де сәттер бар екені, яғни түзулікті, дұрыстықты, жазудағы сауаттылықты, сөйлеу актісіндегі сөздерді дұрыс дыбыстай білу сияқты тұстарды қоса есептесек, жалпы «Тіл мәдениеті» деген термин де оңтайлы келеді. Әсіресе бүгінгі әдеби тілдің нормаларын сөз еткенде осы атау дұрысырақ деген пікір айтады [45, б. 21-22].

Тіл мәдениетін тіл біліміндегі соңғы ғылыми парадигмалар бойынша қарастырған зерттеуші Н. Уәлиұлы оны қатынас (коммуникация) теориясымен тығыз байланыстырады. Автор «сөздің коммуникативті сапасы сөз актісінің аяқталған нәтижесіне қатысы болуға тиіс» деп айқындай отырып, былай деп нақтылай түседі: «коммуникация теориясында коммуникация тек вербалды кезеңнен ғана емес, коммуникацияға дейінгі кезеңнен, коммуникациядан кейінгі кезеңнен тұратынын, бұлардың ішінде вербалды кезең формалды тілдік құрылымға, ал коммуникацияға дейінгі және кейінгі кезеңдер тілдік емес құрылымдар екеніне көңіл бөлу қажет. Осымен байланысты белгілі бір мәтіннің сөз сапасын талдап, сипаттау, тексеруді ойдағыдай жүзеге асырып, сенімді нәтижелерге қол жеткізу үшін тілдік құрылымдарды объективтік ақиқат, психология, когниция, әлеуметтік, эстетикалық, этикалық т.б. тілдік емес мәнділіктермен байланысты қарау негізге алынады» [50, б. 9-10].

Біз диссертациялық жұмыста ғаламтор тілінің, соның ішінде әлеуметтік желі қатынасындағы тілдік ерекшеліктерді тіл мәдениеті тұрғысынан қарастыру барысында қазақ тіл біліміндегі осы пікірлерге сүйендік.

Ғаламтор тіліндегі ең бір теріс фактор – әдеби тіл нормасының бұзылуы, сөйлеу этикетінің төмендеуі, ешқандай уәжсіз шеттілдік сөздердің (варваризмдер) қолданылуы.

Қарапайым мысал ретінде төмендегі әлеуметтік желіден алынған диалогтарға назар аударайық:

*I-түрі*

*- Сәлем досым, хал қалай?*

*- Шүкір жақсы, өзің қалайсың?*

*- Бүгінгі кешке дайындығың қалай?*

*- Ата-анам жұмыстан келгесін баратын болдым.*

*-Жарайды, ендеше кешікпе, күтеміз!*

*- Кездескенше!*

*II- түрі*

*- Салам кент каксын*

*- тема озин*

*- тема гой че там кешке неистейсин келесинба*

*- проблема кеш барам*

*- дывай кешикпе ждем (20 сәуір, 2022 ж.)* [*http://surl.li/rwsri*](http://surl.li/rwsri)

Зер салып қарасақ, диалог жасаушы екі адамның сауаттылығы мен мәдениет деңгейін байқай аламыз. Сіздің ойыңызша, қай сөйлесушілердің қарым-қатынасқа түсуі көңіл толтырады? Әрине, бірінші. Олай болатын себебі, көзге тартымды, ықыласпен жауап бергендігі, жоғары тілдік құзіреттілігі көрінеді. Тыныс белгісі қойылған, түсінікті. Екіншісі жайында бұлай айта алмаймыз.

Қарапайым осы мысалды келтіруден шығатын қорытынды: әлеуметтік желі қатынасында да тіл мәдениетін сақтап сыпайы сөйлесуге болады.

Түптеп келгенде, әлеуметтік желі бізді сауатсыздыққа үйретпейді, оның ондай қауқары да жоқ. Кінәрат – қолданушыларда. Анығында, әлеуметтік желі пайда болғалы адамдардың тіл мәдениетіне, сөйлеу, жазу мәдениетіне жеткілікті көңіл бөлмеуде. Орынсыз сөзжасамға үйірсектеу, сөздерді орынсыз қысқарту, өзге тілдерді қазақ тілімен араластырып, тілді шұбарлау сынды олқылықтар орын алуда. Осының барлығы ана тіліміздің абыройына нұқсан келтіріп қана қоймай, оның қолдану аясын тарылтуға да себепкер болуы мүмкін екендігін ескеруіміз керек. Әсіресе, оң мен солын енді ажырата бастаған жастар қауымы үшін тілді сақтау, норманы жетік білу, жалпы тілдік құзіреттілік жоғары болуы тиіс.

Тілді орынсыз шұбарлау әлеуметтік желіде бұрмаланған сөздердің (эрративтер) көптігінен көрінеді. Эрративтер екі деңгейден тұрады: бірінші және екінші. Біріншісіне ауызша сөйлеу формасын қалыптастыру, жазбаша норманы бұрмалау жатса, екіншісіне сөз, сөйленімдердің гипербұрмаланған, қиын айтылатын түрлері енеді. Мысалы, жиі қолданылатын «красавчик» сөзі екінші деңгейде «красафчек» болып бұрмаланады. Қазақтілді желілерде эрративтердің орысша нұсқалары жиі кездеседі. Солардың бірқатары диссертациялық жұмыстың келесі тараушасында келтірілді.

Осындай жолмен бұрмаланған сөздер, әрине, тіл мәдениетіне жат. Әдеби нормадағы сөздер әркімнің айту ыңғайына қарай бұрмалана берсе, содан барып жалпыадамзатқа, білімді, сауатты тұлғаларға мүлде түсініксіз сөйленіс түрі пайда болса, ғаламтор кеңістігінде «падонковтық субмәдениет»-тің қалыптасуы әбден мүмкін.

Оның барлығы, түптеп келгенде, ана тіліміздің абыройына нұқсан келтіріп қана қоймай, әсіресе, оң мен солын енді ажырата бастаған жастар қауымын тіл бұзуға, сауатсыздыққа бастайтыны шындық.

Сөйтіп, бүгінде баршамызды ақпаратпен қамтып, аралас-құраластығымызды жалғап жүрген әлеуметтік желі сәт санап дамып барады. Өкінішке қарай, желі қолданушылардың сауаттылығы мен ақпараттың қатесіз жариялануына көңіл толмайды. Әлеуметтік желілердегі жеке жазбаларға редакторлық, корректорлық жұмыстар жасалмайтыны белгілі. Жылдам ақпарат көзіндегі орфографиялық қателерді былай қойғанда, стилистикалық, әрбір сөздің өз орнында тұруы, грамматикалық, пунктуациялық ережелердің сақталмауы алаңдайтын жағдай болып отыр. Сондықтан қазақ әлеуметтік желі кеңістігіндегі сөз мәдениеті талаптарына, тілді қолдану нормасына аса көңіл бөлген жөн.

Әрине, әлеуметтік желідегі әрбір ақпаратты толық бақылауға алу мүмкін емес. Десек те, ондағы ақпараттың таралуына себепкер болатындар мен тіл мамандары оған барынша мән беруі керек. Тіл мәдениетінің қалыптасуына әлеуметтік желі және оны қолданушылардың да тигізер септігі орасан зор.

Тілші ғалымдардан бастап, жалпы зиялы қауымға дейін әлеуметтік желідегі тіл мәдениетіне қатысты көпшілік құралдарда осылай дабыл көтеріп жатқаны шындық. А. Үдербаев қазақтілді ақпараттық технологияның дамуын сөз ете отырып, компьютерлік тіл (сленг, жаргон, т.б.) тәрізді құбылыстарға, тілбұзарлық үрдістерге барынша сергек қарағанымыз абзал дейді [10]. Журналист Ұ. Сәйдірахмен «Бүгінгі қазақстандық БАҚ бұқаралық па?» атты мақаласында БАҚ-тың қоғамдық санаға тигізетін әсерін және ғаламтордағы қатынастың өзіне тән белгілерін атай отырып, Интернет-редакцияны (автордың өз қолданысы бойынша – З.К.) жетілдіруді ұсынады. Оның ойынша, Интернет-редакция өз алдына дербес ұжым болу керек; ол «қалдық принципімен» тек репутация үшін қаржыландырылмауы керек. Сонда ғана ғаламторды пайдалана отырып, конвергентті хабар таратудың әлемдік тәжірибесіне қосылу мүмкіндігі болады [52]. Келесі бір тіл жанашыры Е. Байтілес «Желі мен желім» мақаласында әлеуметтік желіге қатысты біраз мәселелерді көтерген. Өмірден мынадай оқиға келтіреді: «Жарық сөніп қалып, жарықпен бірге интернет өшіп, үйдегі адамдар екі сағат бойы әңгімелеседі. Сөйтсек, өздері жап-жақсы кісілер екен». Бұл әзіл болса да, бүгінгі күннің шындығы екендігін бәріміз мойындаймыз. Өйткені көптеген адамдардың таңертең ұйқыдан оянған сәттен бастап, түнде көзі ұйқыға ілінгенше ермек ететіні – осы әлеуметтік желі. Кішкентай баладан бастап, еңкейген қарияға дейін әлеуметтік желінің әлемін бір кісідей меңгеріп алды. Бұл жағдай орын алғаны үшін, әрине, адамдарды кінәлай алмаймыз. Заман талабы, уақыт ағымы деген дүниелер бар. Сондықтан жаңа заманның сөйлесу тәсілін қайтсек те жоққа шығара алмайтынымыз анық. Осы тектес пікірлерін жаза отырып, Е. Байтілестің жасаған түйініне назар аударсақ: «Қаласаңыз да, қаламасаңыз да қоғам әлеуметтік желілерге желімденеді. Дүние күйіп бара жатса да, желілерге көз қырын салып, виртуалды өмірден алшақтамайтындар саны күн өткен сайын артып келеді. Енді бізге осы құбылысты мәдениетті, сапалы, ұлт пен мемлекетке пайдалы жағынан қолдану керек» [53].

Әлеуметтік желі жаңа заманның ақпарат алмасатын, ой бөлісетін, пікір білдіретін заманауи құралына айналғаны анық. Тіпті, жай құрал емес, өміріміздің ажырамас бөлігі болып шыға келді. Дегенмен оның да кері тұстары біліне бастады. Мәселен, әлеуметтік желіні дұрыс қолдана білмеген адамды тәуелділікке, шынайы өмірден ажырап қалуға, оқу мен жұмыста төмен нәтиже көрсете бастауға жетелейтінді шығарды. Мұндай кемшін тұстардың қатарына отандастарымызды сауатсыздыққа бастап бара жатқан осы жағымсыз жағдайды да қосар едік.

Көпшілікке арналған кейбір жазбаларда қазіргі қоғамдық және әлеуметтік өмірдегі әлеуметтік желілердің рөлін анықтау барысында SWOT талдау жасалады, соның кейбір нәтижелерімен таныстыра кетсек:

Жағымды жақтары: *компьютерлік сауаттылықтың жоғарылығына байланысты ақпарат алу және алмасу жылдамдығы артады; халықтың билік органдарына хабарласуы арқылы кері және өзара байланыс орнатуға жол ашылады; іздестіру жүйелері арқылы кез келген тақырыпта ақпарат алу және пайдалану; тиімді пайдаланған жағдайда білімін толықтыру; сыныптастар мен курстастарын, ескі достарын табу, хабарласу; тек компьютер арқылы ғана емес, ұялы телефондар арқылы да желіге ену; өз мүддеңе сай келетін азаматпен виртуалды тілдесу*.

Жағымсыз жақтары: *бос уақыттың жұмсалуы; оппоненттің манипуляциялық тәсілдеріне мән бермей, алдауына түсу; ақпараттың ақиқаттығы мен жалғандығын айыра алмау, кез келген ақпараттың ұсынылуы; қоғам құндылықтарына жатпайтын лас сөздерді пайдалану, теріс пиғылды азаматтардың өз мүддесін жүзеге асыру үшін мүмкіндігінің болуы; ақпаратты кез келген тұлғаның өз мүддесі үшін пайдалануы; толықтай электронды бағыныштылық*.

Мүмкіндіктері: *ақпарат алмасуда сурет, бейне, блогтар мен микроблогтар, қауымдастық, чат және т.б. көздер арқылы қажетті мәліметтерді кеңінен пайдалану; өз профиліңді құру және автор туралы мәлімет ұсыну; мүдделері бойынша ортақ виртуалды достармен қатар өмірдегі достар, туысқандар, әріптестер, сыныптастар мен курстастар бірлестігін құру; халық пен мемлекеттік органдар арасындағы өзара байланысты блогтар арқылы күшейтеді; кез келген жерде қажетті ақпаратты өз уақытында алу және пайдалану*.

Қауіп-қатерлері: *орналастырылған ақпаратты кез келген азамат оңай тауып, өз қажетіне пайдалана алады; ұсынылған ақпаратты жұмыс берушілер, ата-ана, балалары, қылмыскерлер, құқық қорғау органдары кез келген шараларға қолдана алады; әлеуметтік желілерге тәуелділік; ауызша, жазылмаған заңдар басшылыққа алынады; заңнамалық базаның әлсіздігі; виртуалды тілдесуге байланысты сөйлеу, ақпараттың жылдам алынуы және жеке ізденістің жоқтығына байланысты ойлау қабілеті кемиді, дүниетанымы төмендейді; компьютерлік тролльдер қақпанына түсу*.

Ұсыныстар: *қоғам мүшелері бос уақыттарын қалай өткізетіндігін анықтау; жаһандық интернет желісін қолданушылардың жас ерекшеліктеріне қарай өзгешеліктерін анықтау; пайдаланушылардың әлеуметтік желі ұғымы бойынша түсініктерін зерттеу; азаматтар қандай мақсаттармен әлеуметтік желілерді пайдаланатындығын сараптау; пайдаланушылардың демалыс уақытын ұйымдастырудағы әлеуметтік желілердің беретін көмегін айқындау; желідегі қарым-қатынас шын тілдесуге лайықты өзгерістері мүмкіндіктерін анықтау; әлеуметтік желілерде кеңінен таралатын әлеуметтік нормалар мен құндылықтарды зерттеу және ықпалын айқындау* [54].

Әлеуметтік желідегі тіл мәдениеті көрінісін анықтау үшін біз өз тарапымыздан мынадай әлеуметтік сауалнама жүргіздік.

Сауалнамаға қатысушылар: М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университетінің 1 курс студенттері мен оқытушылары (жалпы саны 100 адам).

Студенттерге арналған сауалнама сұрақтары:

1. *Сіз ғаламторға және әлеуметтік желілерге күніне қанша уақытыңызды кетіресіз*?

2. *Әлеуметтік желілерде сөйлескен кезде қазақ тілінің ережелерін сақтайсыз ба*?

3. *Сіз күнделікті өмірде интернет-сленгті (бұрмаланған сөздер, қысқартулар) қолданасыз ба*?

4. *Сіздің ойыңызша, әлеуметтік медиа байланысы сіздің сауаттылығыңызға әсер ете ме*?

5. *Балалар мен жасөспірімдерге әлеуметтік медиа қажет пе*?

Нәтижелер келесідей:

1. Сауалнамаға катысқандардың көпшілігі бос уақытын әлеуметтік желілерде өткізеді (қоғамдық көліктерде, тамақтану уақытында, мектептегі үзілістерде, серуендеу кезінде, тіпті сабақ үстінде). Жасөспірімдер бір минутқа да телефондарынан ажырамайды.

2. Студенттердің 78% қазақ тілінің ережелерін сақтамайды, өйткені олар көп уақытты алады деп санайды.

3. Сауалнамаға қатысқандардың көпшілігі күнделікті өмірде Интернет-жаргонды пайдаланады, сонымен қатар әлеуметтік желілердегі қарым-қатынас олардың сауаттылығына әсер етпейді деп санайды (1-сурет).

Сурет 1 – Студенттердің сауалнамасы

Осылайша, студенттер үнемі ғаламторда уақытын өткізе отырып, бұл қарым-қатынас тәсілін шынайы өмірден виртуалдылыққа және жазбаша сөйлеуге ауыстырады деген қорытынды жасауға болады.

Сондай-ақ оқытушыларға қойылған сауалнама сұрақтары:

*1. Әлеуметтік желілерде сөйлескен кезде ғаламтор жаргонын өзіңіз қолданасыз ба?*

*2. Әлеуметтік желілерде сөйлескен кезде қазақ тілінің ережелерін сақтайсыз ба?*

*3. Сіз студенттеріңізден ғаламтор жаргонын жиі естисіз бе?*

*4. Сіздің ойыңызша, әлеуметтік медиа қарым-қатынас студенттердің сауаттылығына әсер ете ме?*

*5. Балалар мен жасөспірімдерге әлеуметтік медиа қажет пе?*

Нәтижелер келесідей:

1. Оқытушылардың 99% өз студенттерінің жазуына қанағаттанбайды.

2. Оқытушылардың 98% студенттердің жазба жұмысының бағасын төмендетеді (2-сурет).

Сурет 2 – Мұғалімдер сауалнамасы

Демек, оқытушылардың көпшілігі жасөспірімдерге әлеуметтік медиа қажет, бірақ қабылданған қарым-қатынас тәсілі оқушылардың сөйлеуі мен сауаттылығына теріс әсер етеді деп санайды. Әлеуметтік желідегі тіл мәдениеті – үлкен проблема.

Жасөспірімдердің жиі қолданатын жаргон сөздері:

*Седня* (бүгін), *plz* (өтінемін), *Прив, привки, хай* (Сәлем), *Пасибки, спс, спасиб* (рахмет), *кореш* (дос), *кент* (сәнқой жігіт), *мареха* (қыз бала), *дранка* (жеңіл жүрісті қыз), *синяк* (маскүнем), *нарик* (наркоман), *кладовка* (сөз тасушы), *тыркаться* (сенделіп бос жүру), *ботать* (сәнді жаргон тілінде сөйлеу), *чайники* (әке-шеше), *Супер* (керемет), *dz, Днюха, др* (туған күн), *Сори* (кешіріңіз) *(5 мамыр, 2022)* <https://www.facebook.com/janasozdik/>

Әлеуметтік желілердегі сленгтердің жасөспірімдердің сауаттылығына әсер ету ерекшеліктері мыналардан көрінеді.

Ғаламтордағы қарым-қатынаста жиі кездесетін қателіктер: 1) Әлеуметтік желідегі қарым-қатынаста сөздердің әріптерін тастап кету немесе ретсіз қысқарту; 2) төл «ң», «ө», «ү», «ұ», «і», «ә» дыбыстарымызды қолданбау; 3) ағылшын сөздерін орыс әріптерімен жазу («Хай»); 4) қысқартулар (*Сәлем – сәл*); 5) тыныс белгілерінің болмауы; 6) мағынасыз *хмммм, мммм* деген сияқтыларды жиі жазып, нақты сөздердің орнына смайликтерді қолдану; 7) жалқы есімдерді кіші әріппен жазу [30, б. 50-56].

Бұл талдау әлеуметтік желіде жастардың сауатсыздығының анық байқалуына және сауатсыздықтың «дәстүрге» айналып бара жатқандығын көрсетеді, сондықтан келтірген пікірлер де еш негізсіз емес.

Әлеуметтік желідегі тіл мәдениетінің осылай шұбарлануының себебі неде? Әрине, ғаламтор тілі мәдениетінің қалыптаспауында. Ғаламтор тілінің мәдениеті, оны құрайтын құрамдас бөліктер нелер болмақ, біз енді ғылыми тұрғыдан осы мәселелерге назар аударамыз.

Ғаламтор тілі мәдениетінің басты ұғымы сөз (сөйлеу) этикетімен тығыз байланысты. Жалпы адам баласы табиғаттың ғана емес, қоғамның да жемісі. Адам белгілі бір қоғамның мүшесі ретінде мәдени, саяси, әлеуметтік, экономикалық т.т. сан алуан қарым-қатынаста өмір сүреді. Кез келген адам күнделікті өмірде белгілі бір әлеуметтік рөлді атқарады: қоғамдық көлікке мінсе – жолаушы, дүкенге кірсе – сатып алушы, жұмыста – маман, қызметкер, үйге келгенде – ата-ана т.т. Әлеуметтік желі пайда болғалы бәріміз желі қолданушысына айналдық. Осындай әлеуметтік рөлге қарай біз сөз саптаймыз, тілді қолданамыз. Адам мәдениетті болған сайын оның қарым-қатынас жасау мәдениеті де жоғары болып, өзіне жүктелген қоғамдық-әлеуметтік міндетті мінсіз атқарады.

Сөйлеу этикетінің ерекшеліктері өте кең құбылыс, тек қана лингвистика емес, басқа ғылымдар да зерттейтін мәселе. Әлеуметтануда этикет оның ұжымның әлеуметтік құрылымымен өзара байланысы тұрғысынан зерттеледі. Семиотика этикетті таңбалық жүйе ретінде қарастырады. Психологияда этикеттің қарым-қатынас барысындағы рөлі қарастырылады. Философия шеңберінде этика сыпайылық, құндылық, ұжым мен жеке тұлға, мораль категориялары тұрғысынан зерттеледі. Этнография түрлі халықтардың дәстүрін, салт-санасын, қоғамдық ғұрыптарын зерттейді. Қазақ сөз этикеті мәселелеріне арналған еңбектер де бар [55].

Этикет – философиялық, этикалық ұғым, адамдардың белгілі бір ортадағы орныққан тәртіпке сәйкес бір-бірімен қарым-қатынас жасауының ережелері. Ол белгілі бір қоғамда, әлеуметтік ортада өмір сүреді. Адамдардың қоғамның өзге мүшелерімен, әлеуметтік ортамен, ұжыммен қарым-қатынасы орныққан этикет нормалары арқылы реттеліп отырады [55, б. 6].

Ерекше коммуникативтік орта – ғаламтордың пайда болуы дәстүрлі этикет ережелерін қатынастың жаңа формасына икемдей бастады. Кеңістік-уақыттық шектеулердің болмауы, көптеген ғаламтор қолданушыларымен синхронды және асинхронды қарым-қатынас жасау мүмкіндігі, жоғары дәрежедегі анонимділік және Интернет-қатынастың адам қызметінің барлық салаларында қолданылуы ерекше желілік этикеттің (=сетикет, нетикет) пайда болуына әкелді. Әрине, желілік этикет өзінің бастауын дәстүрлі қарым-қатынас қағидаларынан алады, сонымен бірге қатынасты жүзеге асыруға арналған түрлі интернет-платформалардың мүмкіндігі ықпалынан ережелердің өзгерісі де орын алып отыр.

Сөйтіп, әлеуметтік желі тілінің күнделікті өмірімізде қарқын алуы іштей желілік этикетті тудырды және оны «нетикет» деп атаушылық кездеседі. Сөйлеу мәдениетінің дөрекіленуі мен арзанқолдылық (жұтаңдық) сипат алуына әлеуметтік желі де, сондай-ақ одан тыс факторлар да әсер етеді. Әлеуметтік желіден тыс факторларға әлеуметтік және психологиялық (жекелеген адамдардың психологиялық күйі) мәселелерді жатқызар едік, олардың қатарына жеке адамның сауаттылық деңгейі, тәлім-тәрбиесі, жеке адамдардың эмоциялық жай-күйі, тілдік құзіреттілігі тәрізді т.т. енеді. Осы орайда көбінесе теріс жақтарын айтуға мәжбүрміз: жастар арасындағы сауатсыздық, тәрбиенің олқылығы, эмоционалдық тұрғыдан жекелеген адамдардың өзін-өзі ұстай алмауы (ұстамсыздық), ана тілін терең меңгермеу т.б. Бұл сауалнама барысында да байқалды. Мұндай теріс әсерлер әлеуметтік желі тілін тұрпайылылыққа, оның арзанқолдық сипатының күшеюіне әкеліп отырғаны жасырын емес. Әлеуметтік желідегі тіл мәдениетінің төмендеуінің бір салдары осында жатыр.

Әлеуметтік желілердегі қарым-қатынастың салыстырмалы түрде анонимділігі (жасырындығы) желі қолданушыларына жалған атпен шығуына, басқа біреудің атын жамылуға негізгі себепкер болып отыр. Осы жағдай әлеуметтік желідегі бассыздыққа, зауалсыздыққа (жазасыздық, жазаға тартылмауы), жауапкерсіздікке, тілді шұбарлауға әкелетін тағы бір фактор деп санаймыз. Өзінің ешқандай жауапқа тартылмайтындығын жақсы білетін кейбір желі қолданушылары (әсіресе, жастар қауымы) қарым-қатынас барысында түрлі дөрекі әрекеттерге барады, бұл тілді қолдануға да тікелей қатысы бар. Осындайлардың кесірінен әлеуметтік желі тілі тұрпайы қолданыстарға, тіл мәдениетінен ауытқушылыққа, сөйлеудің арзанқол сипат алуына жол беріп отыр. Орысша жаргон сөздер мен сленгтерге беталды елігу – соның бір мысалы. Қазақ тілінде де дөрекі сөйлеу мысалдары кездесіп қалады: *Мал, тіліңе ие бол*; *Өлсейшиш* т.б.

Кейбір зерттеушілер әлеуметтік желінің ерекшеліктерін ескеріп, Интернет-қатынастағы бейберекетсіздік пен ретсіздік жайында ойланудың қажеті жоқ деген пікірде, А.В. Занадворова осы орайда оның өзіндік нормасы бар, ол норма бейресми ауызша қарым-қатынас пен жазбаша қатынастың нормаларына негізделген көзқарас ұстанады [56]. М.А. Кронгауз желілік этикет дәстүрлі нормадан соншалықты ауытқымаған, бар болғаны оны толықтырады деп санайды [57].

Желілік этикет әдетте үш категориядан тұрады: психологиялық ережелер (әңгімелесушімен қалай сөйлесу керек), әкімшілік ережелер (қауымдастық қатынасушыларының, сайтқа кірушілердің т.б. әрекеттерін реттеу), тілдік ережелер (хабарлама мәтіндерін жазу, сауаттылық т.б.) [58].

Желілік этикеттің негізгі белгілеріне мыналарды жатқызады: желі қолданушыларының иесізденуі (никнеймдер) немесе интернет қатынасқа тән атаулар (модераторлар, форум қатысушылары, желі қолданушылары т.б.); коммуникативтік қашықтық маңыздылығының жойылуы (ресми емес қатынастың басымдылығы, қарым-қатынастағы «сен»-нің басымдық танытуы, аты-жөнін сирек атау, адресаттың жалпылануы); этикет компоненттері рөлінің төмендеуі.

Желі қолданушылар әрекетінің жалпы ережелері дәстүрлі этикетке жақын: қарым-қатынас компьютермен емес, нақты адаммен жүргізіледі, әңгімелесушіге деген құрмет болады, қарым-қатынастың тыңдаушы жаққа да ыңғайлы болғанын қалау, өзгенің уақытын құрметтеу (хабарламаларды шамадан тыс көп жібермеу, жіберілетін файлдардың көлемін сақтау, онлайн хат-хабар алмасуда мәжбүрлемеу, дер кезінде жауап беру, адресаттың жұмыс уақыты кезінде үздіксіз дауыс хабарламаларын жібермеу т.т.); өзге желі қолданушыларының намысына тимеу, оларды кемсітпеу; кірген қауымдастықтың қағидаларымен міндетті түрде танысу; жеке хат-хабар алысудың деректерін таратпау, құпиялылықты сақтау т.б. Бұдан басқа жазылмаған ережелерді қадағалау керек, желі қолданушысының нақтылығын тексеру, анонимділікті теріс пайдаланбау, «жалған» аккаунттардан ештеңе жазбау, жалған ақпараттарды таратпау, өзге қолданушыларды орынсыз айыптамау, жарнама материалдарын жариялаудан бас тарту, желіде алаяқтықпен айналыспау т.б. Әлеуметтік желідегі тіл мәдениетінің сақталмауы осы қарапайым этикеттерді қолданбаудан немесе білмеуден туындайды.

Жалпы ғаламтор мәдениетіне қарама-қарсы тұстар мыналармен сипатталады. Олар электронды кеңістікте сөйлеу этикетінің нормаларына қайшы бірқатар жанрлар (фейк, троллинг және оның түрлері саналатын флейм, флуд, оффтоф т.т.) өмір сүретіндігі.

«Фейк» деп аталатын парақшалар («фейк» – сленг, англицизм, ағылшын тіліндегі fake қазақша *өтірік* (жасанды), *жалған* деген мағынаны білдіреді) түрлі мақсатпен пайда болады: жарнама тарату; өзінің әрекеттерін белгілі бір нормаға сай шектегісі келмеу, жауапкершіліктен қаша отырып, пікірлерін қалай болса солай кез келген түрде жариялай беру; қоғамнан жеке ақпараттарды жасырып қалу ниеті немесе желідегі «достардан» шынайы профилін жасыру және т.б.

Фейктер көбінесе троллингтерге, интернет-арандатуларға, спам-таратуларға әкеп соқтырады, бұл өз кезегінде ғаламтордағы қарым-қатынасты жайсыздыққа ұшыратып, қатысушылардың психологиялық жағдайына теріс әсер етеді.

Спам – акроним, қысқарған күрделі сөз, сұраусыз және анонимді жасалған жаппай таратулар. Бұл сөз spiced ham – «дәмдеуіш қосылған ветчина», «бұрышталған шұжық», «бұрышталған ветчина» деген тіркестерден қысқартылып алынған. *Спам* терминінің жаңа мағынасы (қолданушыларды ығыр қылатын электрондық таратулар) 1993 жылы пайда болды. Usenet компьютерлік желісінің әкімшісі Ричард Депьюдің жасаған бағдарламасы қателікке жол беріп, салдарынан 1993 жылғы 31 наурызда конференциялардың біріне бірдей екі жүз хабаралама жіберілген. Бұған ренжіген әңгімелесушілер мұндай ығыр ететін хабарламалар үшін «спам» деген атауды ойлап тапқан екен.

*Спам* анықтамаларына жиі «жарнама» немесе «коммерциялық ұсыныс» деген сөздерді қосады, алайда олай емес. Спамның бәрі жарнамалық немесе коммерциялық мақсатты көздемейді. Саяси спамның таратылымдары, «қайырымдылық» спам хаттар («нигериялық», фишингтік), таныстарға тарату туралы өтініштері бар – «тізбекті хаттар» («бақыт хаттары», «қорқынышты хаттар»), вирусты және басқа да коммерциялық кәсіпорын болып табылмайтын хаттардың түрлері бар [59].

Троллинг – дөрекі қарым-қатынас жасайтын, сонымен бірге әлеуметтік желілердегі топтарда арандатушылық жазбалар мен хабарламалар жариялайтын желі қолданушылары. Ғаламтордағы «тролль» деп өзін орынсыз, қатыгездігімен көрсететін, тіпті «мазақтайтын» және желі қолданушыларын балағаттап, теріс пікір айтуға итермелейтін адам деп айтады. Троллинг түрлері «флейм» (ойға сыймайтын «ақымақ» пікірлер жазу, әңгімелесушіні кемсіту), «флуд» (керегі жоқ ақпаратты қайталай беру), «оффтоп» (тақырыпқа еш қатыссыз хабарламалар) болып ажыратылады. Троллинг пен оның түрлерінің спамға қарағанда жағымсыз салдары көп болады. Олар арандатушылық мәтіндер жазады, қолданушыларды мазақ етеді, қорлайды, түсініксіз сұрақтар қояды. Олар қатынасты, оның өту барысын бұзады, тақырыптан ауытқып, әңгіме ауанын басқа жаққа бұрады. Мұндайлармен күресудің ең жақсы жолы – тыныштықты сақтау, оларды елемеу болып саналады.

Электрондық өзара әрекет нақты қарым-қатынасқа тән көптеген коммуникативтік шектеулерді қысқартады. Бұл қатынастың жаңа ережелері мен өзіндік этикет үлгілерін қалыптастыруға ықпал етеді. Сөз еркіндігі, өзін-өзі таныту, анонимділік, қашықтық және желі қолданушыларының белгілі бір дәрежедегі жазасыздығы жағымсыз салдарға әкелуі әбден мүмкін, оларға сөйлеу агрессиясының кездесуі, тілдік, этикалық және этикет нормаларының бұзылуы, кибербуллинг қолдану (интернет-арандату) жатады.

Ал осыған қарама-қарсы ұғым – сыпайылық – қарым-қатынас сипаты мен желі стиліне ықпал ететін маңызды реттеуші болып табылады, онсыз коммуниканттар арасындағы өзара түсіністікке жету және үйлесімді қарым-қатынасты сақтау мүмкін емес. Сыпайылық категориясын, сөйлеу агрессиясын және олардың желі қатынасына тиімділік дәрежесін қарастырайық.

З. Ерназарова өзінің еңбегінде «Сыпайылық сөйлеушінің, ең бірінші, өзіне қатысты. Адамның білімі, мәдениет деңгейі, қызмет дәрежесі, өзіне, өз әрекетіне баға беруге, өзін сыйлай білуге, өзге де әрекет түрлерін сол түсінік ұғымдарға иек арта отырып, жүзеге асыруға итереді. Адам, белгілі бір қатынасқа түсуші адам, сөйлеу жағдайына, өз мақсатына қарай тіл бірліктерін таңдайды. Бірақ бұл процесс оның өз санасында қалыптасқан «өзіне берілетін баға» тұрғысынан іріктеліп, «сүзгіден» өтеді. Сұраулы сөйлемдердің өтінішті білдіруші қызметтері, нақтылау мәнді хабарлы сөйлемдердің қарсылықты, мақұлдауды білдіруі және т.б. – сол өзіне және өзгеге қоятын сыпайылықтан туған қажеттіліктер» [60].

А. Қобыланова «сөз этикетінің арнаулы функциясының бірі – сыпайылық білдіру функциясы» деп атай отырып, оның ұжым мүшелерінің, адресат пен адресанттың аралығында сыпайылықты сақтау, сол арқылы қарым-қатынасты жалғастыру міндетін атқаратындығына назар аударады [55, б. 8].

Көптеген зерттеушілер сыпайылықты этикет категориясын құраушылардың бірі ретінде қарастырады. Бұл өте дұрыс, өйткені сыпайылық пен этикет өзара тығыз байланыста, бір медальдің екі жағы тәрізді – сыпайы қарым-қатынас қалыптастырады. Этикеттің өзі адамдардың сыртқы көріністерге қатысты туындайтын өзін-өзі ұстау ережелерінің, сыпайылықтың, әдептіліктің тілдік формаларының жиынтығы.

Сонымен бірге «сыпайылық» және «этикет» сыпайы қарым-қатынасты тудыратын ұғым ретінде мағыналық жағынан ажыратылады: этикет – бұл қарым-қатынастың коммуникативтік ережелерінің жиынтығы болса, ал сыпайылық – сол үйлесімді қарым-қатынас пен өзара түсіністікке бағытталған коммуникативтік стратегиялар мен тактикалардың жүйесі.

Қазақ сөйлеу этикетінде сыпайылықты білдіру екі ыңғайда көрініс табады: 1) сөз этикетінде *сіз*, *сен*, *ол кісі*, *біз* (*мен*), *өзіңіз* т.б. есімдіктердің қолданылу ерекшеліктері мен осылар арқылы білдіретін арнаулы мағыналар; 2) *Кешіріңіз*, *мүмкін болса*, *айып етпеңіз*, *қалауыңыз білсін* т.б. этикеттік қыстырмалардың орнымен қолданылуы.

Әлеуметтік желі қатынасына да осындай сыпайылықты білдіретін қолданыстар тән. Тыңдaушы (екінші қолданушы) қызығушылығын білуге тырысу, оны қызықтырaтын тaқырыпты сөз ету, сөйлеу этикетін орынды пaйдaлaну, сөзге тaртa білу, жaғдaятқa сәйкес келетін сөйлеу этикеттерін, әр түрлі жaғдaйдaғы стaндaртты тілдесуді (сөйлесу) жaқсы меңгеру сыпайылықтың негізі. Әлеуметтік желілердегі сөйлеу қызметінің функциясынa хaбaр (мәлімет) беру, көрсету, сипaттaу, дәлелдеу, илaндыру, көндіру, нaқтылaу, түсінік (болжaм) беру болсa, прaгмaтикaлық көрсеткіші қуaнту, ренжіту, тaңғaлдыру, тыныштaндыру, aшындыру, ұялту, сынaу, дaулaсу (тaлaс), aйыптау т.б. жатса, соның барлығында сыпайылықтың тілдік көрсеткіштері қатысуы тиіс.

Сыпайылық үйлесімді, әдепті қарым-қатынастың сақталуына негіз болса, осыған керісінше әдепсіз қарым-қатынас тудыратын жағдайлар да әлеуметтік желіде жиі ұшырасады. Әдепсіз қарым-қатынас тіл мәдениетінің төмендеуіне, сақталмауына әкеп соқтырады, оның салдары – жағымсыз. Мұндай келеңсіздікті тудыратын қарым-қатынас сөйлеу агрессиясы арқылы беріледі.

Сөйлеу агрессиясы жайында «Қазақстандағы әлеуметтік желілердегі өшпенділік тілінің мониторингі» атты арнайы жобада былай деп жазады (Жобада *сөйлеу агрессиясы* «тілдік агрессия» терминімен беріледі – З.К.): «ренішті сөз айту, жағымсыз көңіл-күй, сезім немесе ниеттің сол сөйлеу жағдаятында ерсі, дөрекі, анайы тілдік қалыпта білдірілуі» [61].

Сөйлеу агрессиясы екі түрде беріледі: 1) жағымсыз, теріс эмоция мен сезімді (ыза, көңілі толмау, шаптығу, өкпе, жеккөрушілік, айыптау, жақтырмау т.т.) білдіру; 2) адресанттың адресатқа қарым-қатынас барысында зиян келтіруге мақсатты түрде бағытталған теріс пиғылы немесе өз мүдделерін «тыйым салынған» тәсілдермен іске асыруы [61, б. 50].

Сөйлеу агрессиясының пайда болуы үш түрлі себепке байланысты болады: әлеуметтік-психологиялық, жалпы мәдениет және жеке себептерге байланысты.

Аталған жоба авторларының (А. Алтаева) көрсетуінде, сөйлеу агрессиясы желілерде негізінен мына топтарға бағытталады: 1) биліктегілер, шенеуніктер, бюрократтар, басшылар; 2) этникалық топтар; 3) өзге дін өкілдері [61, б. 50].

Диссертациялық жұмыстың келесі тарауында мысалдар келтірілетіндіктен, қазір сөйлеу агрессиясына мысалдар келтіру артық деп санаймыз. Ең басты айтқымыз келгені – сөйлеу агрессиясының әлеуметтік желідегі қарым-қатынас үшін теріс әсері болатындығы, осыдан барып желі тілінің дөрекіленуі мен арзанқолдық сипат алып, тіл мәдениетінің төмендеуіне әкеп соқтыратындығы.

Сонымен, әлеуметтік желіні тіл мәдениеті айналып өте алмайды. Қазіргі желі қолданушылар үшін ғаламтор тілінің мәдениеттін қалыптастырған жөн. Ғаламтор тілінің мәдениетінде сөйлеу этикетінің алатын орны ерекше. Сөйлеу этикеті жаңа коммуникативтік орта болып табылатын – ғаламтордың ерекшеліктеріне сай бейімделеді. Кеңістік-уақыттық шектеулердің болмауы, синхронды және асинхронды қарым-қатынас жасау мүмкіндігі, жоғары дәрежедегі анонимділік және Интернет-қатынастың адам қызметінің барлық салаларында қолданылуы ерекше желілік этикеттің пайда болуына негіз болады. Ғаламтор тілінің мәдениетінде оған кері әсер ететін факторлар оның бірқатар жанрлары, айталық, фейк, троллинг және оның түрлері саналатын флейм, флуд, оффтоф т.т. өмір сүреді. Ғаламтор тілінің мәдениетінде үйлесімді қарым-қатынас құруда сөйлеу сыпайылығының орны ерекше. Сондай-ақ оған кері құбылыс сөйлеу агрессиясы да әлеуметтік желі тілінде жиі ұшырасады. Сөйлеу агрессиясын неғұрлым азайту ол желі қолданушыларының жауапкершілігіне, шынайылығына, ғаламтор мәдениетін терең игеруіне, құзіреттілігіне байланысты.

Әлеуметтік желілерді қолданушылар сөзді бұзбауы үшін, ойын жинақтап жазуы үшін, өзге тілдерден алынған сөздерді қолданбауы үшін, сөз құрылымын қысқартпау үшін, әсіресе, жастар арасында түсіндірме жұмыстарын жүргізуді күшейту де тіл мәдениетін көтерудің бір амалы.

Әлеуметтік желі тілінің мәдениетін көтеру барысында өзге де ұсыныстар бар, соның бірі – Intil жобасын іске қосу. Жоба бес қағидаға негізделген: 1) жазу формасы ретінде латын графикасын алу; 2) жазуды қазақ тілінің ішкі заңдылықтары мен шарттарына негіздеу; 3) жүйелілік; 4) ықшамдылық (қысқа әрі нұсқа); 5) дәлдік [40].

Қорыта келгенде, әлеуметтік желі қатынасында қазақ тілінің қолданылу мәдениетін көтеру – ұлттық мүдде талаптарының бірі.

**Бірінші бөлім бойынша қорытынды**

Ғаламтор – кез келген ақпараттың жинақталатын ортасы, сақталатын қоймасы және тарататын арнасы. Ғаламтордың қолданысқа енуі лингвист ғалымдар алдына жаңа зерттеу нысанын – «Тіл және ғаламтор» – мәселесін қойды.

Бүгінгі күні әлем бойынша ғаламтордың ықпалы артты. Көптеген коммуникативтік тәжірибелер ғаламтор желісіне ауысты: желіде тілді қолдану қарқыны барған сайын күшейді, бұл ерекше коммуникативтік ортаның, ерекше коммуникативтік кеңістіктің қалыптасуына мүмкіндік берді. Интернет лингвистикасы бойынша ерекше бағыттағы зерттеулер пайда болуда.

Қазіргі кезде осы ерекше коммуникативтік орта – ғаламтордың – ғылыми әдебиеттерде бірнеше бағытта зерттеу нысанына алынып жүргендігін атауға болады: 1) жаңа ақпараттық кеңістік ретінде; 2) интернет-технология тудырған дербес коммуникативтік институт; 3) виртуалдану теориясы бойынша; 4) қоғамды тану мен түсінудің постмодернистік концепцияларына негізделе; 5) қазіргі жаһандану идеяларымен байланыстырыла қарастырылады.

Ғаламтор тілі жазбаша және ауызша тіл элементтерін қосады, сондай-ақ өзіндік тіл ерекшеліктерін де сақтайды, бұл ерекшелік компьютерлік қарым-қатынасқа негізделетіндіктен, ғаламтор тілін жаңа қарым-қатынас түріне айналдырады және өзіндік дискурс типі болып саналады. Бұл дискурс түрін – *ауызша-жазбаша дискурс* деп атауға болады. Ғаламтордағы қарым-қатынастың өмір сүретін негізгі формасы жазбаша түрде іске асады, алайда жазбаша тілдің барлық белгілері осы орайда өзгеріске ұшырайды, өйткені қарым-қатынас көп жағдайда бейресми сипатта болады.

Ғаламтор тілі – электронды қатынасқа негізделе отырып пайда болған, қатынастың үшінші түріндегі тілдік қарым-қатынас. Ғаламтор жай ғана технологиялық көрсеткіш емес, сонымен бірге ғаламтор негізгі қаруы тіл болып табылатын әлеуметтік факт. Тілсіз ғаламторды көз алдымызға елестете алмаймыз. Қазіргі зерттеулердің негізгі мақсаты – тіл біліміндегі жаңа ғылыми парадигмаларға сәйкес әлеуметтік желі тілінің лингвистикалық және стилистикалық ерекшеліктерін айқындау, желі қолданушыларының прагматикасы мен коммуникативтік типтерін анықтап, олардың тіліндегі өзіне тән қолданыстарды талдау.

Ғаламтор ішіндегі «ғаламтор» іспеттес болған әлеуметтік желінің тілі де бірқатар жақтарымен ерекшеленеді, оның ауызша әрі жазбаша формада көрініс табуы, сол екеуінің де белгілерін өзіне қосқан стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, табиғатының жылдамдығымен сипатталады.

Әлеуметтік желі қатынасы коммуникацияның жаңа түрі ретінде жаңадан дүниеге келген әлеуметтік-коммуникативтік тәжірибе, орта болып саналады, бұл ортада тілді қолдану мен жаңа кеңістікке бейімделуінің өзіне тән жақтары болады. Тіл осымен байланысты мынадай қызмет атқарады: 1) желідегі қарым-қатынастың құралы; 2) желідегі қалыптасып отырған ұжымдық тәжірибенің, сананың, ойлаудың құралы, соларды жинақтау, сақтау құралы; 3) желілік мәдениеттің қалыптасу құралы.

Жұмыста әлеуметтік желіге тән ерекшеліктер ретінде мыналар аталды: 1) анонимділік; 2) желідегі байланыстың желі қолданушысының еркі мен қалауы бойынша іске асатындығы; 3) эмоционалдылықты беруде мәтінмен қоса бейвербалды амалдардың қолданылуы; 4) желідегі әрекеттердің жалпыға ортақ әлеуметтік нормалардан ауытқушылығы.

Сонымен бірге әлеуметтік желі ауызша және жазбаша қатынас түрлерімен сөйлеу барысындағы сөйлеушінің қатысы мен атқаратын қызметі жағынан, дайындықсыздық немесе алдын ала дайындалғандығы бойынша, игерілу және қабылдау тәсілдері тұрғысынан, өмір сүру формалары мен нормалану дәрежесі, бейвербалдылықтың қатысуы мен қолданылу нәтижесі бойынша салыстырылды. Қазақ тілі әлеуметтік желіде белсенді қолданылатын шынайы факті ретінде өмір сүреді.

Әлеуметтік желіні тіл мәдениеті айналып өте алмайды. Қазіргі желі қолданушылар үшін ғаламтор тілінің мәдениеттін қалыптастырған жөн. Ғаламтор тілінің мәдениетінде сөйлеу этикетінің алатын орны ерекше. Сөйлеу этикеті жаңа коммуникативтік орта болып табылатын – ғаламтордың ерекшеліктеріне сай бейімделеді. Кеңістік-уақыттық шектеулердің болмауы, синхронды және асинхронды қарым-қатынас жасау мүмкіндігі, жоғары дәрежедегі анонимділік және Интернет-қатынастың адам қызметінің барлық салаларында қолданылуы ерекше желілік этикеттің пайда болуына негіз болады. Ғаламтор тілінің мәдениетінде оған кері әсер ететін факторлар оның бірқатар жанрлары, айталық, фейк, троллинг және оның түрлері саналатын флейм, флуд, оффтоф т.т. өмір сүреді. Ғаламтор тілінің мәдениетінде үйлесімді қарым-қатынас құруда сөйлеу сыпайылығының орны ерекше. Сондай-ақ оған кері құбылыс сөйлеу агрессиясы да әлеуметтік желі тілінде жиі ұшырасады. Сөйлеу агрессиясын неғұрлым азайту ол желі қолданушыларының жауапкершілігіне, шынайылығына, ғаламтор мәдениетін терең игеруіне, құзіреттілігіне байланысты.

**2 ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІНІҢ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ**

**2.1 Әлеуметтік желідегі қатынастың лингвостилистикалық ерекшеліктері**

Желі тілінің басты ерекшелігі тілдік қатынастың екі түрін де – ауызша және жазбаша – өзінің бойына сіңіруден және ғаламтор алаңындағы қарым-қатынасқа бейімделген жалпы лингвистикалық табиғатынан көрінеді.

Желі тілінің негізгі ерекшеліктері осыдан туындайды, атап айтқанда, олар: 1) коллоквиализация; 2) экспрессивтілік; 3) көпкодтылық; 4) сөйлеудің тұрпайылануы мен арзанқолдылық (жұтаңдығы), көптілділік сипат алуы. Тараушада осы белгілердің әрқасысына жеке-жеке тоқталамыз.

*1. Коллоквиализация*

Коллоквиализация термині (Карл Гудтшмидттің термині) [62] ауызекі сөйлеу тіліне тән сөздердің әдеби нормаға енуі дегенді білдіреді. Әлеуметтік желіде жазбаша тіл басым, алайда соған қарамастан желі қолданушылар ауызекі сөйлеуге тән тілдік бірліктерді қолдануға ұмтылады.

Ауызекі тіл мәселелеріне арналған еңбектерде ауызекі сөйлеу тілін қалыптастыратын коммуникативтік жағдайлардың бастылары ретінде мыналар аталады: 1) пікір айту ауызша әрі сөйлеуші мен тыңдаушының жүзбе-жүз отырып қатысуы үстінде болады; 2) пікір айту диалог түрінде, яғни екі немесе бірнеше адамның қатысуы арқылы жүреді; 3) пікір айту ешқандай дайындықсыз, емін-еркін әңгіме үстінде құралады [42, б. 5].

Аталған белгілердің желі тіліндегі көрінісі дайындықсыздықтан туындайды. Желі қолданушылардың жазылмаған ережесі бар десек болады, ол ғаламтор кеңістігінде қалай сөйлейсің, солай жазу. Бұл ғаламтор қауымдастығы үшін қалыпты жағдай ретінде қабылданады және тілдік үнемдеу элементтеріне жол ашады. Коллоквиализация көрінісі ауызекі тілге тән сөздердің белсенді қолданысымен, сөйлеу реңкі басым лексикадан, тілдік үнемдеу заңдылықтарына (қысқарту, толымсыздық т.т.) сай келетін құрылымдардың көптігімен сипатталады.

Коллоквиализациялану чаттар мен форумдарда, түрлі блоктарда, әлеуметтік желілердегі достық хат алмасулар мен комментарийлердегі, статустардағы қарым-қатынас үшін тән болып келсе, ал іскери және білім беру бағытындағы ресми хабарламаларда, белгілі тұлғалардың парақшаларында болмайды.

Коллоквиализациялану тілдік деңгейлердің барлығында көрініс табады. Соларға тоқтала кетсек.

*Фонетика* бойынша коллоквиализациялану әртүрлі дыбыстық өзгерістердің болуымен, дыбыстық қатарлардың редукцияға ұшырап отыруымен сипатталады. Кейбір фонетикалық құбылыстар да осы жағдайда орын алады [63].

Аферезис құбылысы: *нестейн?* (не істейін?) *нешесің?* (не ішесің?), *салыватсын ба?* (түрткі) салып жатырсың ба?), *қуыватсын*? (қуып жатырсың?) т.т.

Гаплология элементтері (сөз ішіндегі біркелкі, ұқсас буындардың бірінің түсіп қалуы): *балдар* (балалар, *Нотариусқа балдар метрика жасап*...); Диэреза (соңғы дыбыс тіркесінің түсіп қалуы): *көрінем* (көрінемін), *ашымайд* (жаным) ашымайды).

Редукция: *қыйын* (қиын), *жыйын* (жиын). Кейбір дыбыс сәйкестіктері байқалады: *Киів* (Киев).

Бір дыбыстың түсіп қалу құбылысы: *тәурақ* (Мен бұларды көрсем тәуір-ақ жыным келеді); *джем ғо* (джем ғой).

Шеттілдік кірмелерді бейімдеп айту: *рецебі* (рецепт) *құпия*, т.б. Кейбір реттерде қазақшасы бар сөздердің орысша нұсқасының бұрмаланып айтылуы кездеседі, бұл ауызекі тілге желі тілін одан сайын жақындата түседі: *ызбандау* (телефон шалу), *мәләдес*, *доғдыр*, *кәмерсәнт*, *пәдписщиктер* (жазылушылар), *әміркендер* (америкалықтар) т.б. Графодериватология элементтері: *4аяқты депутат*, *Тілеуқабыл 1000 жасар* тәрізді *(16 қыргүйек 2022),* <https://web.facebook.com/serik.abasshakh/?_rdc=1&_rdr>.

Тілдік үнемдеу құбылыстарының бірі – қысқарту. Қысқарту әлеуметтік желі тілінде жиі кездеседі, ол төл сөздерге де, кірмелерге қатысты да қолданылады. Мысалы: *сомен* (сонымен); *не дид?* *Мен сөйдим*, *коммент* (комментарий), *Инста* (Инстаграмм), *сепар* (сепаратист) т.б.

Жалпы ауызекі сөйлеу тіліне тән болып келетін сөз орамдарының редукциялануы желіде де жиі ұшырасады. Мысалы, *боп* (болып), *кеп* (келіп), *бересаш* (бере салшы), *кеші* (келші) т.б. Мұндай қысқарту көріністері ғаламтор тілінде нормадан ауытқу болып саналмайды, әлеуметтік желі тілінің ерекшелігі болып есептеледі. Бір буындағы дыбыстардың басқа буынға алмасуын білдіретін метатезаның алшақ түрі гипертеза да көп кездеседі [13, б. 80].

*Лексика мен морфология.* Ауызекі сөйлеу тіліне тән сөздер, қарапайым лексика, дөрекі сөздер, варваризмдер, сленгтер мен жаргондар әлеуметтік желі тіліндегі коллоквиализациялану көрінісі.

Дөрекі сөздердің қазақ тілі тәжірибесінде ауызекі сөйлеу барысында жиі қолданылатыны белгілі.

Академик М. Серғалиев дөрекі сөздердің үш түрін атайды:

1. Өзінің мағынасынан-ақ әлдебіреуді қорлау, мазақтау, масқаралау мақсатында қолданылатын сөздер: – *Япыр-ай, мына* малғұнның *атымды алуы-ай...* (С. Мұқанов).

2. Ауыспалы мағынада жұмсалып, жаманшылықты, жиіркенішті адамды немесе құбылысты білдіру үшін қолданылады: – *Осы маған шайтан қаптап кетті*! (С. Мұқанов).

3. Адамның жағымсыз қылығын баса көрсету арқылы соған сай жағымсыз мағынаны білдіру үшін пайдаланылатын сөздер: – *Ал, бірақ Жаппархановтай* итті *планетадан іздеп табу қиын болар* (С. Досанов) [64].

Әлеуметтік желідегі жазбаларда да осыған ұқсас картинаны көруге болады. Желіде қозғалатын әр алуан қоғамдық-әлеуметтік тақырыпқа орай тұрпайы сөздер қолданылады.

Мысалы: *орысқұл* (...көп байқадым орысқұл адам ау әлде орыстың жиені ме білмедім); *бәле* (Не бәле мынау? Қай ел?); *доңыз* (Намыссыз доңыз болып өз ана тілінен жерініп кеткендер ғой...); *сорлы, байғұс* (Ай сорлы қазақ орысша сөйлесем бай, данышпан болып көрінем деп); *дамбал, ышқыр* (Көйлек-дамбалын тастамайтын бір көрші елдің қыз-келіншектерін қазақ қыз-келіншектерінен артық деп мақтап отырғандарға. Көпке топырақ шашуға болмайды, әрине. Бірақ сол көпшілігінде солар киген дамбалдың шықыры бостау болады); *қатын* (Оу, қос қатынды қатар ұстап отырған тоқалы бар қазақтар); және т.б. <https://www.facebook.com/aidyn.zhuniskhanov>.

Сөйлеу тілі лексикасы – қарым-қатынас жасау мақсатында еркін сөйлеу үшін алдын ала дайындықсыз қолданылатын сөздер. Бұл сөздер тұрмыста ғана жұмсалып қоймайды, адам еңбек ететін, тіршілік жасайтын салалардың барлығында да пайдаланылады [65].

Морфологиялық тәсіл арқылы жасалған кейбір сөзжасамдық үлгілер кездеседі.

Бірігу: *Әлеужелі* (Жер дауы басталғалы бері əлеужелі қоғамы "сабыршылар" мен "бүлікшілер", "ақылдылар" мен "ақымақтар" болып бөлініп алды); *лайкқұмар*;

*ЖеБе (Желі Белсенділері). Желі қолданушысының бұл тұлғаны жасаудағы уәжі мынадай: Осындай атау қалай? Желідегі белсенді, танымал жазушылар да бір сөзбен аталуы керек деп есептеймін. Тек "Блогер" сөзімен емес. Блогер – блогы бар, блог жүргізетін адам. Желідегі белсенділікпен шатастыруға болмайды. Ал Жебе жақсы келетін сияқты. Қысқа қашықтыққа арналған жебелер болады, ұзын қашықтықты ала латындар болады, түнде зуу ететіндер болады, басына от жағып атылатындар болады, артыңнан атылатындар болады, жаппай бір әмірмен атылатындар болады. Осы атауды қолданысқа енгізейік пе? (Аршат Ораз);сұқпабастар мен бұқпабастар т.т.* <https://www.facebook.com/arshatorazov>.

*Синтаксис* ауызекі тілге тән сөйлеуді білдіру мақсатында құрылады. Мұндай синтаксистік құрылымдар генетикалық жағынан ауызекі тілге тән, сөз айтуға, түсінуге ыңғайлы құралады. Ал әлеуметтік желі жазбаша қатынасқа негізделгендіктен, ондағы синтаксистік жүйе де ауызекілікті білдіру үшін қолданылады, олар дайындықсыз табиғи қарым-қатынастың кейпін сақтау, жасау үшін қажет. Мәселен, синтаксистік жағынан толымсыз құрылымдар, ауызекі тілдік құрылымдарға тән сөздердің орын тәртібі т.т.

Желі тіліндегі ауызекілік сипат сөз тіркесін құрауда, сондай-ақ сөйлемдік құрылымдар үшін де сақталады.

Профессор Р. Әміров ауызекі сөйлеу тілінің сөз тіркесін жасаудағы ерекшеліктері екі себепке – сөзді үнемді, ықшам етіп құрау немесе эмоциялы етіп құрауға негізделетіндігін атайды [42, б. 9]. Осындай жайтты әлеуметтік желі тілінің синтаксистік ерекшеліктерінен байқаймыз.

Әлеуметтік желі синтаксисінің сөз тіркесін құраудағы ерекшеліктерінің бірқатары мынадай үлгімен жасалады:

1. Барыс септік тұлғалы сөздер + есім сөздер: *айтқанға жақсы*, *билікке сын*, *үгітке ерме*, *сөзіне берік*, *ісіне мығым, қалғандарына сабақ* т.б.

2. Шығыс септік тұлғалы сөздер + есім, етістік сөздер: *әкімнен үміт жоқ*, *қолдан қайыр жоқ*, *шетінен қортық*, т.б.

Әлеуметтік желіде кірме сөздердің белсенділігі белгілі, олар төл сөздермен тіркесіп, лексикалық тіркесімділігі жоқ сөздердің гибридтенген тіркесін құрады: *поделиться еттім*/*бөлісіп қойдым*; *коммент қалдырдым*/ *жаздым*; *лайк бастым*/*лайклдедім*/*лүпілдеттім*; *строиске қойдым*; *стористен көрдім*; *историяға қойдым*, *рекке шықтым*; *+ қойып кетіңіздер*; *туған күніңізді басыңыз;* *банға кету* т.б.

Тиянақсыз, аяқталмаған сөйленімдер, сөз-сөйлемдер, жалғаулықсыз күрделі құрылымдар (*Кім болғанын сұрады* – *Кім болды, соны сұрады*) желі тіліндегі синтаксис деңгейіндегі ерекшеліктер.

Толымсыз құрылымдар:

*Шығармайтындары жоқ*; *Арман красавчик*;

Сөздердің орын тәртібі:

*Бұлардың наны ғой қазір бұл инстаграм*... (Қазір инстаграм бұлардың наны ғой (жеп отырған); *Осылардың көз жасы жібермес оны* (Оны осылардың көз жасы жібермейді);

Атаулы сөйлемдер:

*Көктем шай*; *Рецебі құпия*; *Күлуін*! *Күшті*! *Керемет*! *Тамаша*! *Деталь*! *Зәкеңнің аруағы үшін*!

Парцеляциялық құрылымдар:

*Мынадай басшыларды базарға сауда жасауға шығару*. *Сатушы етіп*;

Бірыңғай сөйлем мүшелерінің қолданылуы:

*Иә, түрлі танымдық бағдарламалар арқылы таныссыздар. Ән* айтады, билейді, *ұзындыққа* секіреді <https://www.facebook.com/arshatorazov>

Келер шақпен байланысы бар қыстырма сөздер:

*Алла қаласа*, *амандық болса*, *бұйырса/бұйыртса* т.т.

Мұндай мысалдарды Фейсбуктың кез келген парақшасынан кездестіруге болады.

*2. Экспрессивтілік*

Қарым-қатынастың басқа түрлері сияқты виртуалды қатынас жасаудың негізгі мақсаты – түрлі ақпараттарды бөлісу, тарату, қабылдау, оның ішінде эмоционалды ақпарат та бар. Әлеуметтік желі тілінде экспрессивтілік желі қолданушысының сипатына байланысты болып келеді: сөйлеуші қандай адам, оның рухани және физикалық ерекшеліктері т.т. – бұлар адамның дауысы арқылы, сөзді айту мәнері, сөз таңдау мен сөйлем құру стилімен тікелей байланыста. Әлеуметтік желіде белгілі бір ақпаратты жариялай отырып, өзге қолданушылардың реакциясын (жауабын) күту – қалыпты жағдай. Демек, екінші тараптағы әңгімелесушінің реакциясына да көп мән беріледі. Ал оны жасау үшін желі қолданушылар түрлі амалдарға жүгінеді. Сөйлеушінің мақсаты – әңгімелесушіні эмоцияға барынша тарту. Дыбыстарды созып айту, сөйлеу интонациясы, екпін, осының бәрі желідегі экспрессивтілік құралдары.

Әлеуметтік желілердің қазіргі виртуалды кеңістігі эмоционалдыққа толы. Қолданушылар қарым-қатынаста белгілі бір мақсатты көздей отырып, өз сөздерін айқын, мәнерлі, күшті әсер ететіндей етіп шығаруға тырысады. Ерекше орынды сөз құбылту (эрративтерді пайдалану, сөз шығармашылығы т.т.) алады, бұл жеке қолданушыларға ғана емес, жалпы желі қауымдастығына тән. Ғаламтордағы кеңістіктің шексіз еркіндігі пен жеделдігі (жылжымалылығы) уақыт озған сайын жаңа мүмкіндіктерге ие болуда: мульмедиа енгізілуде, жаңа семиотикалық белгілер пайда болуда. Экспрессивтілікті білдіру үшін табиғи тіл элементтері де қатысады, сонымен бірге паратілдік амалдар (эмотикондар, Интернет-мемдер, gif-бейнелеулер, дыбыстық жазбалар т.т.) қолданылады. Басқаша айтқанда, ғаламтор қатынасындағы экспрессивтілік вербалды және бейвербалды тәсілдерді пайдаланады.

Әлеуметтік желідегі тілдік деңгейлер арқылы берілетін экспрессивтілік құралдарының бірқатары мыналар:

*1. Фонетикалық-графикалық құралдар*

а) эмоционалды сөздер құрамындағы дыбыстардың жазу кезінде қайталанып келуі. Бұл дауысты, сондай-ақ дауыссыздарға да тән, жеке не қатарласып келіп те жасала береді. Жазып отырған адамның күшті эмоциясын білдіреді, оның желідегі көптің назарында болғысы келген қалауын күшейтеді. Ауызекі тілде дауыс ырғағы айтылатын сөз желіде дыбыстарды созып жазылады, қуаныш, реніш, еліру (қозу), мысқыл т.т. сезімді білдіру үшін пайдаланылады:

*Кеееремет*; *Рахмееет*; *Қаттыыыы шаршапппп жүр ғой жұмыс жасап... ұққққө пішшшшшш*; *Күштііі*; *Қайдааасың*? *RAHMEEEEEET!!!!!!!!!! RAHMEТ, KRASAVITSIA!!!!!!!!!!!!!*; *ааааааа, қызық екен, менде қосылу деп жүктеледі. Бұл интернет қуатын болды, иии....әйтеуір*; т.б. (*2022 ж. 17 маусым*) <http://surl.li/rmivl>

Сөздерді осылай созып жазу (айту) әңгімелесушінің белсенділігін арттыру мақсатында, ұзақ үзілістен кейін әлдебіреулермен байланысты қайта жалғастыру үшін де қолданылады. Дыбыстарды осылай созып жазу ауызекі тілдегі дауыс ырғағымен айтылатын сөздердің әлеуметтік желідегі «көшірмесі» тәрізді, осылай желі қолданушылары өз эмоцияларын көпшілікке жеткізгісі келеді;

ә) эрративтерді пайдалану, бұл сөз латын тіліндегі errare – қазақша «қателесу» деген мағынаны білдіретін сөзінен шыққан, әдеби тіл нормасымен сөйлейтін адамдардың әдейі бұрмалау, қате сөйлеуі арқылы пайда болған сөздер мен сөйленістер. Ғаламтор қатынасында бұл құбылыс «олбан тілі», «падонкаф тілі», «неограф тілі», «ОРФО-арт тілі» т.т. әртүрлі атаумен аталып жүр. Эрративтер желілік сленгтің ерекше түрін, өзінің «екінші рет өмірін тапқан» жазу нормасы бұрмаланған сөздер дегенді білдіреді. Эрративтердің көрінетін негізгі ортасы да – орфография, сөздер мен морфемалардың әріптермен берілуі. Падонктер тілі жазудағы нормаларды әдейілеп бұзуды таратып жатыр.

Сөздердің осылай бұрмалануына екі тәсіл негіз болған: 1) фонетикалық жазу («қалай естілсе, солай жазу») және 2) гиперкоррекциялық жазу (әріптердің жазу нормаларына мүлде сәйкес келмеуі).

Тілдегі барлық эрративтерді бірінші және екінші деңгейдегі эрративтер деп бөлу кездеседі. Бірінші деңгейдегі эрративтерге ауызша сөйлеу формасын қалыптастыра отырып, жазба норманы бұрмалау жатса, екінші деңгейдегі эрративтерге бірінші эрративтерде қолданылатын сөз, сөйленімдердің гипербұрмаланған, қиын айтылатын түрлері енеді. Қазақтілді желілерде эрративтердің орысша нұсқалары жиі тараған. Мысалы, жиі қолданылатын «красавчик» сөзі екінші деңгейде «красафчек» болып бұрмаланады.

Желіде жиі кездесетін бұрмаланған сөздер тізімі:

*Ава* (Аватар) – пайдаланушы өзін «тұлға» ретінде әлеуметтік желіде таныстыратын шағын сурет.

*Баттл* – сайыс.

*Бомба* – ашуланғанда болып жатқан құбылысқа қатты наразылық білдіру.

*Бот –* кез келген әрекетті автоматты түрде және берілген кесте бойынша орындайтын арнайы бағдарлама.

*Бро* – дос немесе жай таныс емес, бірақ жанашырлық тудыратын адам.

*Варик* – нұсқа.

*Др* – туған күн.

*Жиза* – өмір, өмірлік.

*Инфа* – ақпарат.

*Личка-LS* – әлеуметтік желілердегі жеке хабарламалар.

*Лол* – ағылшынша laughing out loud-тен шыққан, бұл "қатты дауыстап күлу"дегенді білдіреді.

*Мб* – мүмкін.

*Мя* – қысқартылған сөз «мәссаған».

*Nice* – ағылшын тілінен аударғанда "жақсы" дегенді білдіреді.

*Нзч* – оқасы жоқ.

*Нинаю* – білмеймін.

*Нихатю* – қаламаймын.

*Норма* – «қалыпты» сөзінің нұсқасы.

*Нраица* – ұнайды.

*Буммер* – сәтсіздік.

*Обидка* – өкінішті.

*Окейс* – жарайды, иә, бәрі жақсы.

*Падазрительна* – күдікті.

*Паль* – жалған.

*Пася* – рахмет.

*Плиз-пж* – өтінемін.

*Пок-покасики* – сау бол.

*Пост* – бұл ғаламтордағы кез-келген мақала немесе жазба.

*Пранк* – әзіл мақсатындағы іс-әрекет;

*Фах* – күлкілі.

*Селфи* – бұл өзін-өзі суретке түсіру.

*Споки* – Қайырлы түн.

*Сорян-сорьки* – кешір.

*Твит* – кез келген сұраққа жауап (хабарлама, әрекет), шолу, осы ақпаратқа жауап ретінде.

*Угар* – бұл өте күлкілі нәрсе.

*Хайп* – алдау, жеңіл даңқ.

*Хайтер* – бұл бір нәрсеге немесе біреуге жеккөрінішті (жасырын да, ашық та) сезінетін адам.

*Хэштег* – блогтар мен әлеуметтік желілерде қолданылатын кілт сөз немесе бірнеше хабарлама сөздері, тег.

*Че-чо* – не.

*Чиво* – не.

*Шк* – «мектеп» сөзінің аббревиатурасы.

*Шмот* – киім.

*Шо* – не.

*ША* – дәл қазір (*22 маусым 2022 ж.*) <https://www.facebook.com/janasozdik/>

Осындай жолмен бұрмаланған сөздер, әрине, тіл мәдениетіне жат. Әдеби нормадағы сөздер әркімнің айту ыңғайына қарай бұрмалана берсе, содан барып жалпыадамзатқа, білімді, сауатты тұлғаларға мүлде түсініксіз сөйленіс түрі пайда болса, ғаламтор кеңістігінде «падонковтық субмәдениет»-тің қалыптасуы әбден мүмкін.

Жастар сленгі ғылыми әдебиеттерде ерекше лингвистикалық құбылыс ретінде бағаланып жүр. Ол тек белгілі бір жас аралығындағы топ ішінде дамиды, кейде әлеуметтік, уақыттық, кеңістіктік шектеулерге тәуелді болады. К.Қ. Садирова жастар сленгтерін кодталған тіл үлгісіне жатқызады, себебі олар топтан тыс адамдарға идиомаланған, мағынасы түсініксіз, олардың мағыналарын ашу тек сол топ мүшелерінің үлесіне тиеді. Бұл құбылыс әсіресе ғаламторда жастар арасында көп кездеседі [13, б. 80-81].

*Бізде бүгін үлкен* тусовка *болатын шығар, онда* чувактар *мен* герлдар *жиналады*. Мұндағы сленг сөздер көпшіліктің бәріне бірдей түсінікті емес: *тусовка* – *кеш*, *отырыс;* *чувак* – *ер бала*, *жігіт;* *герл* – *қыз бала, бойжеткен, ару* деген мағыналарды білдіреді.

б) Фонетикалық сығымдау (компрессия) – ауызекі сөйлеу тіліне тән тілдік үнемдеу қағидасының іске асуы.

Мысалы: *мен сөйдим* (сөйттім); *не дид?* (дейді); *сепар* (сепаратист); *қал?* (қалайсың?); *білм* (білмеймін); *м.о.* (менің ойымша); *не і.ж?* (не істеп жатырсың?); т.б.

Әлеуметтік желіде қысқартулар қолданушыға мынадай мүмкіндіктер береді: 1) желіде болу уақытын үнемдеу; 2) мәтін мәнерлілігін арттыру; 3) лимитивтік қызмет (желі қолданушылардың санын мейлінше азайту, адамдарды шеттету).

Осы сияқты тәсілдердің, сондай-ақ эрративтерді қолданудың негізіне сөз құбылту («сөз ойнату» деп те аталады) жатады. Сөз құбылту қазірге дейін өзгертіліп, жаңғыртылған тілдік бірліктер ретінде стильдік тәсілдің бірі саналып келсе, әлеуметтік желілер пайда болғалы жаңа сипатқа көшті. Желі пайдаланушылары тілдік қалыпты (норманы) әдейі бұза отырып, өзінің пікірлестерімен, жақындары және достарымен бейресми орта жасайды. Бұл ортада жазу нормасын сақтау маңызды емес, маңыздысы – басқалардың сені жақсы түсінуі. Ең бастысы – жаймашуақ әңгіме-дүкен құру, сондықтан «не дид», пж, «қақсын» тәрізді қолданыстар әңгімені эмоциялық арнаға жақсы бұрады да, олардың шалажансар сөз екендігіне тіпті де назар аударылмайды. Желідегі әңгімелесушілерге көтеріңкі көңіл-күй сыйлау, салмақты тақырыпты әзіл-қалжыңға айналдыру көзделеді. Кекесін, сарказм, ирония қатысады. Мысалы: *Қаттыыыы шаршапппп жүр ғой жұмыс жасап... ұққққө пішшшшшш* (шенеуніктердің мәжіліс залында ұйықтап отыруына орай); *жепутат*; т.б.

Жекелеген жағдайларда әдейі жазылған қате сөздер пікірталас кезінде қарсы жақты келемеждеу үшін қолданылады. Келемеждеу кейбір жағдайларда ұлттық алауыздыққа ұласып кетеді. Оларды экспрессивті этнонимдер немесе ұлттық лақап атаулар деп атайды. Мұндай этнонимдер батыс әдебиетінде «этнофолизм» деген атаумен беріледі [61, б. 51]. Мысалы: *Иван, бурла* – орыс, *фриц, ганс, колбасник* – неміс, *жид, жөйт* – еврей т.б. ұлт өкілдеріне қатысты қолданылады.

Келемеждеу қазақ тіліндегі жалпы және жалқы есімдерге жалғанып, сыйлау, құрметтеу, үлкен тұту тәрізді мағыналық реңктерді білдіретін *-еке, -қа, -ке* жұрнақтарының этнонимдерге жалғануынан да байқалады, ондай атауларда мысқылдау не қомсынып кекету реңкі қатысады: *нәке, нәкең* – неміс; *нәкеңнің Әдөгі* – неміс Адольф; *орекеңдер, өрекеңдер* – орыс; және т.б.

*Нәкеңнің Әдөгі қымыз бен қазақтың басқа да тағамдары туралы бірдеңе депті:-)* (Гитлер о казахах. youtube.com); *(24 тамыз 2023 ж.)* <http://surl.li/rmisc>

*Орекеңдер біздің бір-бірімізді жамандау, аяқтан тарту сияқты әдеттеріміз бар екенін жақсы біледі*... [59, б. 33].

*2. Лексика-фразеологиялық құралдар:*

а) желі тіліндегі экспрессивтік-эмоционалды лексиканың үш түрін ажыратуға болады:

1) ешбір қосымшасыз жеке тұрып эмоционалдық бояуға ие болатын сөздер: *керемет*, *ғажап*, *шіркін*, *есіл*, *тамаша*, *жайсаң*, *дарқан*, *байғұс*, *тексіз*, *шікірейген*, *алжыған*, *боқмұрын* т.б.;

2) мәтін ішінде эмоционалдық бояуға ие болатын сөздер: *Ел боламыз ба деген арманымызды* құл қылатын *парадокс*; Жарқ-жұрқ еткен *желісіз қайтіп өмір сүруге болады*? *Бүркіт* торғайдың *әңгімесін айтыпты*; *Осыны көрсем орысшаны* он шайнап әзер жұтатыныма *қуанам*; Түйеқұс *боп өмір сүре бермейсің ғой*;

3) сөзжасамдық тәсілдер арқылы пайда болған эмоционалды сөздер: *сұқпабас*, *бұқпабас*, *шалаорыс*, *нөлбіреке*, *аташка*, *ақордист*, *інішек* т.б.

Интернет-ортада жастар тілінде немесе компьютерлік сленгтердің едәуірі орыс тіліндегідей қолданылады: *кайф*, *обалдеть*, *отстой*, *фигово* т.б.

Жергілікті тіл ерекшеліктері кездеседі: *қасқа* (Қасқа, аяп кеттім ғой), *өлә*, *қайақтан* т.б.

Діни атаулардың да мәнмәтінге орай экспрессивтік қызметі кездеседі: *Қызым! Мынауың жынды ма, әлде* салафит *пе*?; *Нұргүлдің* намазы *Назгүлің гамажындай*; ...*бұл жаққа да* сәләфиттердің *дәурені жүріп тұр-ау*...; *Әдөктің* (Гитлердің – З.К.) үмметі т.т. *(27 сәуір 2022 ж.)* https://web.facebook. com/nazgul.kozhabek/?\_rdc=1&\_rdr;

ә) акронимдердің қолданылуы. Акрономияны қысқартулар деп түсінуге болады, олардың жасалу жолдарынан лексика мен сөзжасамның өзара жымдасуын көреміз. Қысқарған бірлік ретінде пайда бола отырып, акронимдер дербес сөз ретінде «өзіндік өмір сүре бастайды». Қазақ тіліне мұндай сөздер ағылшын тілінен енді, ағылшын тіліндегі көптеген акронимдер еш өзгерместен қазақтілді желілерде, әсіресе, жастар тілінде қолданылады:

*DWBH* қазақша мағынасы: «ешқашан түңілме, бақытты бол» дегенді білдіреді.

*HAGD* – Күнің тамаша өтсін.

*HNY* – Жаңа жылыңызбен.

*BFF* – Мəңгілікке жақын достар.

*CYL* – Көріскенше.

*IMHO* – Менің ойымша.

*LOL* – «Қатты күлу» деген мағынада.

*OMG* – О, менің құдайым.

*ROFL* – Күлкіден еденде сырғанаймын (қатты күлу мағынасында) т.т. <https://www.facebook.com/janasozdik/>.

Мұндай қысқарту түрінің пайда болу уәжі – тілдік үнемдеуге байланысты. Үнемдеу кез келген тілге тән қасиет, әсіресе желі байланысы жағдайында өріс алып отыр, қазақ тілінің өз мысалдары да пайда болуда. Мәселен, *қа* («қазір» деп толық айтудың орнына), *ғо* (ғой), *ра* (рақмет) т.т. мысалдар кездесіп қалады;

б) тұрақты бірліктер. Әлеуметтік желі үшін тұрақты бірлік – Интернет-мемдер болып табылады. Интернет-мемдер кез келген ақпаратты немесе фразаларды тұрақты түрде желіде тарату арқылы тұрақтылықтың белгісіне айналды.

Интернет-мемнің ұтымды жағы неғұрлым өзекті пікірдің болуы және қысқалығы, олардың негізгі бағдары да – осы. Сонымен бірге әрі қарай жалғасын оқырман (желі қолданушысы) тарапынан табады, демек, оларда идея жалғастығы, соңғы мәреге жетудің ашықтығы бар.

Қазіргі ғаламтор кеңістігіндегі Интернет-мемдерді түрлі топтары кездеседі: мәтіндік мемдер; бейнелеу мемдері; медиа мемдер; креолды мемдер [66].

Осы орайда бейвербалды құралдар арқылы пайда болған мемдер емес, мәтіндік мемдердің әңгіме болатындығы түсінікті. Мәтіндік мемдер сөз, сөз тіркесі, сөйлем күйінде ұшырасады, қандай бірлікте келмесін олар жиынтық мағынаны білдіріп тұрады. Мысалы, *ұятмен* (орынсыз ұялудың белгісі ретінде); *сүрприз* (ауылдан келген тосын сый); *Бәкеден келдім* (жемқорлықтың белгісі) т.т.

*3. Сөзжасамдық құралдар*

Бірігу арқылы: *сұқпабас*, *бұқпабас* т.т.;

Қосымшалардың жалғануы: -шыл/-шіл: *үтікшіл* (ұлтшыл емес үтікшіл болды ғой); болымсыз көрсеткіштері -сыз/-сіз: *ұлтсыз*, *тексіз*, *намыссыз*, *отансыз*, *дінсіз* т.т.;

Қысқарту: *инет* (Интернет), *инста* (Инстаграмм);

*4. Морфологиялық құралдар*

Одағайлар: *Апырма-ай*, *Бәрекелді*, *Тәйт*, *Тәәк*, *Фу*, *Ойбу*, *Ух*, *Уа*, *әттең*, *Бәсе*, *Тәйірі* т.б.

Еліктеуіш сөздер: *қалт-құлт* (қалт-құлт еткен шалдар); *жарқ-жұрқ* (жарқ-жұрқ еткен желі серілері); *тыртың-тыртың*, *мыртың-мыртың*, *хаха*, *еее-де* (ееее дедім); *сылтың-сылтың* т.б. *(2022 ж. 15 сәуір)* <https://web.facebook.com/serik.abasshakh/?locale=ru_RU&_rdc=1&_rdr>.

*5. Синтаксистік құралдар*

Парцеляция. Парцеляция құбылысы экспрессивтік синтаксистің бөлігі ретінде тілде ежелден келе жатыр. Кезінде А. Байтұрсынұлы осы тектес сөйлемдік құрылымдарды «іргелес сөйлем» деп атаған [44, б. 3-275]. Әлеуметтік желі синтаксисінде де осындай құрылымдар кездеседі. Олар сөйлемді бөлшектей отырып, ақпаратты ұсақ бөлшектерге бөліп жеткізеді. Ондай бөлшектер семантикалық жағынан эмоционалды болып келеді. Мысалы:

*Мынадай басшыларды базарға сауда жасауға шығару*. Сатушы етіп;

*Қайран сары аптобыз. Таңғы сағат 8:00-де кететін.* Аудан орталығына. *Түскі бірлер шамасында келетін.* Аудан орталығынан*.* <https://www.facebook.com/arshatorazov>.

Элипсис сөйлемнің қолданылуы. Сөйлемнің бір мүшесін оған динамикалылық, әсерлілік беру мақсатында алып тастау:

*Мен баламды әскери мектепке бергем сол мекомандиріне секіріп оқымайм деп...*

*Мен оған не звандайсың ол турбканы тастай салды, содан сөйлеспедік...*

Қайталау: *Қош енді, қош бол инстаграмм*... *Ұятсыз, ұятсыз екен, ұяты жоқ*... *Қазақтың жартысы – блогер, жартысы – балгер* т.б. *(2023 ж. 9 қаңтар)* <https://www.facebook.com/bahtiar.radio>.

Жалпы ғаламтор тілінің синтаксистік ерекшеліктеріне сөздердің орын тәртібінің инверсиялануы, үнемді (қысқартылған) синтаксистік құрылымдар, риторикалық сұрақтар, қайталаулар, сөйлем құрылысының бұзылуы тән.

Сондай-ақ, К.Қ. Садирова, А.Н. Сүйеубаева әлеуметтік желі синтаксисінің ерекшеліктеріне мыналарды жатқызады: 1) қаратпа сөздердің тыныс белгілері сақталмайды; 2) айрықшалайтын бөлігі БАС әріптермен жазылады; 3) сөйлем соңындағы тыныс белгілері де сақтала бермейді; 4) сөйлемдегі сөздердің қалыпты орын тәртібі сақтала бермейді, инверсияланады; 5) сөйлемнің модальдігі мен предикативтілігін білдіруге смайликтер мен түрлі таңба белгілер қатысады; 6) сөйлем орысша, қазақша сөз тіркестермен араласып құрыла береді; 7) қазақ тілінің сөз тіркесінің жаңа тіркесімділігі бар екені анықталды; 8) сұраулық шылаулардың жазылу ережесі сақталмауы, дөрекілік: *Көзіме көрінбейтін бол, түсіндің ба?* (сингармонизмнің сақталмауы) [67].

*3. Көпкодтылық*

Мәтіннің бірыңғай тілдік бірліктерден ғана тұрмайтындығы, әсіресе, қазіргі ғаламтор дәуірінде қатты белең алды, сол себепті мәтіннің гибридтілігі, бимедиалдығы, полимедиалдығы, мультимедиалығы, вербалды-визуалдығы, көпкодтылығы коммуникативтік бірлік ретінде ғылыми айналымға мықтап енді.

Әлеуметтік желінің көпкодтылығы төмендегі 3-суретте бейнеленген.

Сурет 3 – Әлеуметтік желінің көпкодтылығы

Мәтін табиғаты аталған элементтердің бірлігінен тұрады да, тұтас күйінде қабылданады. Мәтін желісін тілдік таңбалар ғана емес, графикалық, шрифтік, визуалды іспеттес құралдар түзеді, мәтін мағынасын түсінуге тілдік бірліктермен бірлесіп қызмет етеді. Мысал ретінде эмотикондарды, стикерлерді, Интернет-мемдерді алуға болады. Желі тілінде сызылған мәтіндер кездесіп жатады, олар да көпкодтылыққа мысал бола алады. Мультимедиа, эмоциялықты, көңіл-күйді білдіретін аудио және бейнежазбалар. Бұлар бейвербалды материалдарға жатады, тіл білімінде көпкодтылық (поликодтылық) деп атайды. Бейвербалды материалдарға эмотикондарды, стикерлерді, мемдерді жатқызамыз. Келесі тарау бейвербалдылыққа арналатындықтан, бұл тараушада оларға мысалдар келтіріп жатпаймыз.

*4. Сөйлеудің тұрпайылануы мен арзанқолдылық (жұтаңдық), көптілділділік сипат алуы*

Әлеуметтік желі қатынасындағы ең бір теріс фактор – әдеби тіл нормасының бұзылуы, сөйлеу этикетінің төмендеуі, ешқандай уәжсіз шеттілдік сөздердің (варваризмдер) қолданылуы екендігін алдыңғы тарауда сөз еттік. Әлеуметтік желідегі сөздердің тұрпайылануы мен жұтаңдығы, арзанқолдылығы әртүрлі жағдайда көрінеді: сөйлеу агрессиясының орын алуы, сөйлеу этикетінің жоқтығы немесе одан желі қолданушысының хабарсыздығы, қазақша-орысша араластырып қойыртпақ тілмен сөйлеуі/жазуы (уәжсіз көптілділік), жаргондарды қалай болса солай жұмсау және т.б.

Сөйлеу тұрпайылығы әлеуметтік желі қатынасында бейнормативті лексиканың қолданылуымен сипатталады. Бұл лексика түрі үш топты құрайды: 1) тұрпайы; 2) балағат және 3) боғауыз лексика. Мұндай сөздер тілдік және қоғамдық сананың даму кезеңіне сәйкес кез келген қарым-қатынас жағдаятында, қоғамдық орындарда ауызша не жазбаша формада болсын халық тарапынан қолданылуына тыйым салынатын сөздер. Әлеуметтік желіде түрлі жағдайға байланысты мұндай қолданыстар кездесіп тұрады: *Айналасына с.....ін шашып болды-ау бұларда*; ...*төтенін* («к....» сөзінің нұсқасы) *тыр-тыр қасып*; *Сасыған үйрек к...мен жүзеді*; *Алжыған ит*; т.б. Сондай-ақ ер және әйел адамдардың жыныс мүшелерінің атаулары, жыныстық қатынас атауы, әйелдің азғындық қылықтарының атауы, солардан туындаған түбірлес, туынды сөздер де желі тілінде ұшырасады.

Желі қолданушыларының бәрінің тілдік құзіреттілігі бірдей емес, бейнормативті лексиканың жиі ұшырасуы оларды да алаңдатады. Желі қолданушы, блогер Бахтияр Хамит өз алаңдаушылығын Фейсбукта былай білдіреді:

*Байқайсыздар ма, соңғы кездері боғауыз араластырып пост жазу сәнге айналып барады. Көшедегі адамдар емес, көзі ашық, көкірегі ояу дейтін азаматтар, орыстың «кәкәй» сөздерінсіз ой жеткізе алмайтын деңгейге жеткен... Не деуге болады? Ақыры боқтайды екенсіңдер, тек қазақша боқтаңдаршы, қарақтар*... <https://www.facebook.com/bahtiar.radio>.

Осы жазбадан кейін жазылған коментарийлер де бұл «үрдістің» желіде күшейіп тұрғандығын көрсетеді, солардың кейбіріне назар аударайық:

*Еркектер былай тұрсын, әйелдер де боқтап жазады*.

*Бетпақтық пен долылықты батырлыққа балап, жұрт соларды қолпаштап мәз*.

*Диана деген белсендіге талай айтып, бұл әдетінің дұрыс емес екенін ұқтыра алмай шаршадым*.

*Кейде боқтамасаң, іс бітпейді* .

*Қазақшада керек емес, боқтап жеткізбей-ақ қазақта небір өңмеңінен өткізе, жер жебіріне жеткізе, сансырап қалған санасына сарқылта құятын сөздер бар ғой. Егер саналы болса, атам қазақта ықылым заманнан сөзге тоқтау қылған, бір ауыз сөзді емеурінен ұғып түсінер, боқтықпен аузыңды бұлғап, бұл жерде абыройыңнан дырдай болғанша, шұрайлы тілімізді оңтайлы пайдаланып жеткізге дұрыс қой* т.т. *(2023 ж 16 шілде)* <https://www.facebook.com/bahtiar.radio>.

Ғаламтор дискурсы, әлеуметтік желі қатынасы вируталды ортада жүзеге асатындықтан, нақты өмірдегі дискурстан ерекшеленеді. Осымен байланысты әлеуметтік желі қатынасы өзіндік әлеуметтік-мәдени коммуникативті орта құрайды және бұл ортаның ерекше қатынас заңдылықтары болады. Ол заңдылықтар әлеуметтік желі тілін кодификациялауға келмейтіндігімен сипатталады. Бүгінгі күні әлеуметтік желі қатынасында тілдік бірліктерді қолданудың нақты нормалары жоқ. Соған қарамастан әлеуметтік желі күнделікті тілге ықпал ететіндіктен, ауызекі сөйлеудегі орфографиялық, грамматикалық, лексикалық, стилистикалық нормалардың ығыстырылуы, дәстүрлі жанрлардың шекараларының жойылу қаупі көпшілікті алаңдатады.

Қолданыстағы тіл ғаламтормен тоғысқанда өзара әрекеттестік пайда болады. Екеуара бір-біріне ықпал етіп, тілде өзгерістер пайда болады. Ғаламтор ішіндегі қолданысына сәйкес тілдік бірліктер өзгеріске түседі, жоғарыда келтіргендей, лексика бойынша сөз мағынасы өзгереді, бұрынғы қалыпты мағынасынан басқаша сипат алады, фонетикалық бірліктердің де ғаламторға бейімделуі байқалады, дыбыстарды созып айту, дыбыстардың түсіп қалуы, буынның өзгерісі т.т. басқа да фонетикалық құбылыстардың технология әсеріне ұшырауы, грамматика да осындай «жаңалықтарды» бастан кешіреді, әлеуметтік желідегі сөзжасам, синтаксистік ерекшеліктер – осының дәлелі. Бір сөзбен айтқанда, ғаламтордың экспанциясымен байланысты тілдің белгілі бір дәрежеде «интернеттенуі» пайда болды, тілдің бір жағынан пайдалану ауқымы кеңейді, екінші жағынан, технология белгілі бір деңгейде тілді қолданылуын өз ыңғайына бейімдеп «жеңілдетті». Мысалы, қысқартып жазу, бірнеше әріпті бір әріппен алмастыру немесе керісінше, жалқы есімдерді кіші әріппен жазу, сондай-ақ мәтін ішіндегі бас әріппен жазылған сөздердің кездесуі, бірге жазу, сөздердің дефистерден айрылуы т.т.

Қатынас құралы ретіндегі тілдің екі түрінің – ауызша және жазбаша – шекаралары бұзылды, бұл екеуі араласып модификацияға ұшырады, содан барып қатынастың үшінші түрі пайда болды. Егер тілдің жанды ағза тәрізді өзгерістерге бейімділігін еске алсақ, мұндай бейімделу табиғи саналады. Сөйтіп, әлеуметтік желі қатынасының тілдік сипаты ауызша және жазбаша сөйлеу жымдасқан, араласқан, алайда олармен бір деңгейде қаралмайтын, бөлек сападағы тіл ретінде зерттеле бастады.

Сөйлеудің тұрпайылануы мен жұтаңдығы, көптілділділік сипат алуы – әлеуметтік желі қатынасындағы сондай ерекшеліктің бірі. Кейбір зерттеушілер әлеуметтік желінің осы ерекшеліктерін ескеріп, Интернет-қатынастағы бейберекетсіздік пен ретсіздік жайында ойланудың қажеті жоқ деген пікірде. А.В. Занадворова осы орайда оның өзіндік нормасы бар, ол норма бейресми ауызша қарым-қатынас пен жазбаша қатынастың нормаларына негізделген көзқарас ұстанады. Автордың өз сөзімен айтсақ: «Здесь стихийно устанавливаются свои нормы речевого поведения. Они в какой-то степени соотносятся и с нормами устного непринудженного личного и публичного общения, и с нормами письменного коммуникации, образуя причудливую смесь» [56, б. 94].

М.А. Кронгауз желілік этикет дәстүрлі нормадан соншалықты ауытқымаған, бар болғаны оны толықтырады деп көрсетеді [57].

Біз өз тарапымыздан жалпы ғаламтор туғызған әлеуметтік желі қатынасындағы өзіндік ерекшеліктерді ескере отырып, ондағы тіл мәдениетіне ұмтылу ешқашан тоқтамақ емес деген ойдамыз. Ол үшін ғаламтор тілінің мәдениетіне қатысты желі қолданушыларының білімін кеңейту қажет. Әлеуметтік желі этикетін қалыптастырған жөн, әлеуметтік желі қатынасындағы тіл мәдениетіне қайшы ғаламтор жанрларын білген жөн, осының бәрі жұмыстың бірінші тарауында қарастырылды.

Қорыта келгенде, әлеуметтік желі тілі тіл білімі үшін уақыт озған сайын ғылыми қызығушылық тудыруда. Елімізде, соның ішінде, әлеуметтік желіні қолданатын қазақтілді контент көбейіп жатқандығы шындық. Қазақ тілінің қолданылу аясы виртуалды әлемде де көрініс бере бастады, сондықтан желі тілінің лингвистикалық ерекшеліктерін қарастыру өзекті мәселелердің бірі болып табылады.

Әлеуметтік желінің тілі өзіндік ерекшеліктерге ие, оның ауызша әрі жазбаша формада көрініс табуы аталған екеуінің де белгілерін өзіне қосқан стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, табиғатының жылдамдығымен сипатталады.

Бұл бөлімде әлеуметтік желі тілінің лингвостилистикалық ерекшеліктері ретінде коллоквиализация, экспрессивтілік, көпкодтылық және желі тіліндегі сөйлеудің тұрпайылануы мен арзанқолдылығы, уәжсіз көптілділігі аталады. Бұл белгілердің әрқайсысының көріну жолдары, тілдік деңгейлерге әсері сөз болады.

Коллоквиализация ұғымы ауызекі сөйлеу тіліне тән сөздердің әдеби нормаға енуін білдіреді. Әлеуметтік желіде жазбаша тіл басым, алайда соған қарамастан желі қолданушылар ауызекі сөйлеуге тән тілдік бірліктерді қолдануға ұмтылады. Әлеуметтік желі тілінде экспрессивтілік түрлі амалдармен, тәсілдермен беріледі. Желі қолданушылары қарым-қатынаста белгілі бір мақсатты көздей отырып, өз сөздерін айқын, мәнерлі, күшті әсер ететіндей етіп шығаруға тырысады. Ерекше орынды сөз құбылту (эрративтерді пайдалану, сөз шығармашылығы т.т.) алады, экспрессивтілік жеке қолданушыларға ғана емес, жалпы желі қауымдастығына тән. Әлеуметтік желідегі мәтіндер тек табиғи тілдік бірліктерден емес, графикалық, шрифтік, визуалды іспеттес құралдардан тұрады, бұл өз кезегінде желі тілінің көпкодтылығын айқындайтын белгі. Көпкодтылық мәтін мағынасын түсінуге тілдік бірліктермен бірлесіп қызмет етеді. Әлеуметтік желілердегі қарым-қатынастың кейбір ерекшеліктері сөйлеу мәдениетінің дөрекіленуі мен арзанқолдылық сипат алуына соқтырып отыр. Өзге тілдің элементтерін орынсыз араластырып сөйлеу уәжсіз көптілділікті көрсетеді. Қазіргі әлеуметтік желідегі қарым-қатынасқа тән тілдік ерекшеліктің бірі осы екендігі баяндалды.

Әлеуметтік желі қатынасындағы сөз болған лингвостилистикалық ерекшеліктердің тілдік деңгейде көрінуі әртүрлі сипатта. Коллоквиализация мен экспрессивтілік шамамен тең дәрежеде лексика, фразеология, морфология деңгейінде көрінсе, фонетика бойынша азырақ деңгейде байқалады. Көпкодтылық пен сөйлеудің тұрпайылығы, жұтаңдығы және арзанқолдылығы лексика мен фразеологияда байқалады. Бұдан әлеуметтік желі тілі әсіресе лексикада көп өзгерістерге ұшырайтындығы, басқа тіл деңгейлерімен салыстырғанда лексиканың ерекше көзге түсетіндігі нақты көрінеді.

**2.2 Әлеуметтік желідегі қатынастың прагматикасы**

Қазіргі тіл білімінде «прагматика» термині аса өзекті. Тіл білімінде прагмалингвистика деп аталатын ерекше сала пайда болды. «Прагматика» терминін таңбалардың жалпы теориясы – семиотиканың негізін салушы Ч. Моррис енгізеді [68]. Семиотика ғылымы үш саладан тұрады: семантика, синтактика және прагматика. Үш саланың нысаны – таңба. Олар таңбаның үш жақты қарым-қатынасын зерттейді. Семантика – таңба мен сол арқылы белгіленетін зат арасындағы, синтактика – таңба мен таңба арасындағы, прагматика – таңба мен оны қолданушы адам арасындағы қарым-қатынасты зерттейді.

Ч. Морристің таңбаларды үш топқа бөліп қарастырған теориясын Р. Карнап құптай отырып, ол бағытты философия саласында кеңінен дамытуға тырысты. Карнаптың анықтамасы Морристің алғашқы болжамдарымен шамалас. Егер зерттеу барысында эксплицитті (тілде айқын көрініс тапқан) сілтеме сөйлеушіге, яғни ол тілді ұстанушыға бағытталса, бұл прагматика саласының мәселесі деп саналады. Ал адамның кіммен, қалай сөйлескенін емес, ондағы айтылған ойлар мен десигнаттарға назар аударылса, зерттеу семантика саласына қатысты жүргізілгені. Егер сөйлесімдегі десигнаттар мен мағыналар емес, сөйлемдер арасындағы байланыстар зерттелсе, бұл синтаксис еншісіндегі мәселелер болып шығады. Карнап Морристің үш бөліктен тұратын жүйесін нақтылай отырып, әрбір таңбадағы «таза» формальды және «бейнелі» эмпирикалық көрінісін ажырататын зерттеуді ұсынды. Оның пікірінше, семантика мен прагматика мүлде әртүрлі, бір-бірінен фундаметалды түрде ерекшеленетін формалар, сөйлемнің мағынасын талдау жағынан да бір-бірінен өзгеше дүниелер. Прагматика табиғи тілдің тарихи мәселелерін қарастыратын эмпирикалық зерттеулерге бағытталса, таза семантика өзіндік ережелеріне бағынатын тілдік жүйені зерттеуге бағытталады [69].

Кең таралған анықтамалардың бірі – Т.А. Ван Дейктің «Прагматизм – мәнмәтіндегі тілді зерттеу» деген тұжырымы. Автор прагматикалық компоненттер қасиетін төмендегіше талдап жіктейді:

а) прагматика – лингвситикалық теорияның ажырамас бөлігі, оның статусы синтаксис және семантика мәртебесімен тең;

ә) прагматика міндеттеріне сөйлесімнің жүйелік қасиеттерін тілдік және иллокутивтік актілер ретінде айқындау жатады;

б) прагматикалық интерпретация тек синтаксистік тұрғыдан дұрыс, семантикалық қолданысқа ие белгілі бір шарттылыққа негізделген сөйлесімдерде ғана қолданылады;

в) прагматикалық интерпретациялар прагматикалық контекстерде айқындалады, яғни белгілі бір ой когнитивтік және әлеуметтік факторлар жиынтығы ретінде анықталады [70].

Лингвистикалық теория жекелеген сөйлемдерді зерттеумен шектелмейді, ол тілдік актілерді, одан да күрделі (диалогтік) кешенді тілдік бірліктерді зерттеумен айналысады. Прагматика тілдік қатынаста адресатқа бағытталған заңдылықтарды қарастырады және оны реттеп отырады. Прагматика коммуникативтік жағдаяттағы тіл бірліктерінің оны ұйымдастырушыға, жіберушіге, қабылдаушыға деген қатынасын қарастырады.

Соңғы жылдары тіл ғылымының дербес саласына айналған прагмалингвистиканың алғышарттары қазақ зерттеушілерінің еңбектерінде де көрініс тапты. М. Оразов сөз семантикасының прагматикалық аспектісін, Б. Момынова газеттік лексиканың прагматикалық аспектісін қарастырса, А. Алдашева публицистикалық мәтіндерде қалыптасқан терминдердің прагматикаылқ ерекшеліктерін, З. Ерназарова сөйлеу тілі синтаксисінің прагмалингвистикалық аспектісін, Д. Әлкебаева қазақ тілі стилистикасының прагматикасын, Ф. Жақсыбаева газет мәтінінің прагматикалық функциясын қарастырған [71].

Ғаламтор тіліне деген тілші-ғалымдар тарапынан қызығушылық артып отырған кезде, оны прагматикалық аспект тұрғысынан зерттеу де маңызды. Соңғы онжылдықтарда қалыптасқан Интернет лингвистикасы осы бағытты да өз кәдесіне жаратары анық.

Н.Г. Марченко өз зерттеуінде әлеуметтік қатынастың жаңа формасы ғаламтор кеңістігіндегі тілдің қызметін лингвопрагматикалық тұрғыдан зерттеу өзекті екендігін атап өтеді [72].

Интернет-қатынас жанрларының ішінде «блог» жанрын өз алдына жеке зерттеген А.М. Куркимбаева аталған жанрдың тілдік моделін ұсына отырып, прагматикалық ерекшеліктерін мынадан көреді.

Блог коммуникация жанрының моделі:

– прагматикалық параметрлер (Неге? Кім? Кімге? Қайда?);

– медиа параметрлері (Қалай? Қандай компьютерлік бағдарлама көмегімен?;

– құрылымдық-семантикалық параметрлер (Не? Қандай тәрітіппен?);

– тілдің стилистикалық параметрлері (Қалай? Қандай тілдік құрал арқылы?).

Осылардың ішінде прагматикалық параметр медиаблогтағы коммуникативтік мақсатқа сай ауызша және жазбаша сөйлеуді қарастырады. Бұл параметр аясында адресант тарапынан мақсатты аудиторияға әсер ету әрекеттері қарастырылады. Адресанттың санасында алдымен не үшін, кімге және қайда айтамын деген ой тұрады. Аталмыш параметр әсіресе, басты қызметті мақсатты аудиторияға ықпал ету болып табылатын туристік блокингті талдау кезінде оңтайлы амал болып саналады [73].

Әлеуметтік желі – ғаламтордағы қарым-қатынас алаңының бір түрі ретінде белгілі және оның негізін виртуалды қатынас құрайды. Әлеуметтік желідегі қатынасқа мынадай ерекшеліктер тән: 1) бейтаныс коммуниканттардың нақты қарым-қатынас үдерісіне қатысуы; 2) қарым-қатынастың еркін сипатта өтуі; 3) қарым-қатынастың гибридтік сипаты, әрі ауызша әрі жазбаша өтуі; 4) әлеуметтік желідегі қатынастың тілдік белгілері, сөз мәдениетінің жұтаңдығы, нормадан ауытқушылықтар, желі қолданушысының моральдік және рухани-адамгершілік ахуалы; 5) тілдік үнемдеу қағидатының басымдығы және т.б. [74].

Әлеуметтік желінің прагматикалық қырлары желінің техникалық мүмкіндіктерімен, оларды қолдану мақсатымен тығыз байланысты.

Әлеуметтік желідегі қатынастың жалпы ерекшеліктеріне назар аудара отырып, әлеуметтік желіні қолдану мақсатын үшке бөлуге болады:

1. Қарым-қатынас жасау, байланыс үшін. Көптеген адамдар маркетингтік, сараптамалық, зерттеулік тәрізді іскери байланыстар үшін желілерді қолданады. Әлеуметтік желінің басты қызметінің бірі де осы болып саналады. Сондай-ақ жай дос-жарандармен, таныстармен, бейтаныс адамдармен хат-хабар алмасу үшін пайдаланады.

2. Ақпарат алмасу, ақпаратты алу, бөлісу, тарату, жарнама жасау, құлақтандыру, хабарландыру, қоғамдық пікір қалыптастыру, пікірталас жүргізу. Әлеуметтік желілер – әртүрлі мақсаттағы ақпаратты қоғамға тез жеткізудің тиімді жолы. Өкінішке орай, желілерде пайдалы ақпараттармен қоса зиянды ақпараттар да жүреді, соңғысы арандату мақсатын көздеуі мүмкін.

3. Психологиялық фактор. Әлеуметтік желі адамның ішкі қажеттілігін, яғни ішкі эгоны қанағаттандырудың ең ыңғайлы әдісі. Қоғамда өз орнын таба алмай, ойларын ашық жеткізе алмай жүрген томаға-тұйық адамдар үшін желі керемет құралға айналды. Желілерді пайдалану арқылы олар өздерін басқаша сезінеді, лайк жинау, пікір жазу, селфи жасау немесе өздері өзекті деп санайтын оймен бөлісу арқылы олар ішкі эголарын қанағаттандырады. Көп адамдар шынайы өмірде жасай алмағанынын виртуалды өмірде жүзеге асырғысы келеді. Кейде асыра пайдалану психологиялық дертке соқтыруы мүмкін. Желіге тәуелділік шынайы өмірден, қоғамнан одан сайын алшақтатады, сондықтан желіні дұрыс пайдалана білу де қазіргі кезде өнер.

Аталған мақсат түрлерін жеткізу үшін қазіргі әлеуметтік желілер мынадай қызмет тетіктерімен жасақталған:

1. Хабарлама – жеке хабарлама жіберу қызметі. Сондай-ақ хабарлама ішінде тұтас чаттарды да (2 адамнан 30-ға дейін) жасақтауға болады. Хабарламаға файл тіркеу немесе картада белгілеп көрсету қызметі де қосылған.

2. Жаңалықтар – көпшілікке арналған хабарламалар лентасы немесе желі қолданушы жазылған жеке адамдардың, топтардың статусы. Лентаға коментарий жазуға және медиафайлдарды, құжаттарды тіркеуге болады.

3. Қауымдастық – жазылушыларды қауымдастықтың екі түрін құруға мүмкіндік беретін қызмет көрсету, топтар (кез келген қатысушы лентаға жазба қалдыра алады) және веб-парақшалар (редакциялау мен хабарламалар жариялау тек әкімшілікке қолжетімді, компаниялар мен жұлдыздардың ресми қауымдастығы үшін ыңғайлы). Белгілі бір орында адамдардың кездесуін ұйымдастыру үшін «Іс-шаралар» («Мероприятия») құру мүмкіндігі бар.

Тілдік деңгейде бұл қызмет тетіктері мынадай тілдік бірліктер арқылы беріледі:

1. Сәлемдесу. Желі қатынасында сәлемдесу қарым-қатынасқа көшудің басы, дайындық актісі рөлін атқарады, негізгі тақырып содан кейін жалғасады. Амандасу желі этикетінің бастамасы деуге болады. Желі қолданушы өз жазылушыларына, оқырмандарына ілтипат көрсетіп, амандасу рәсімін жүзеге асырады.

Ресми нұсқаларымен қоса бейресми нұсқалары да адресатқа байланысты қолданылады.

Мысалы: *Сәлем*, *Сәлеметсің бе*, *Ассалаумағалейкум*, *Қайырлы кеш*, *Кеш жарық*, *Кеш жарық, ешкің арық*, *Салаумалейкум*, *Әлессалам*, *Аман ба* т.б. Желідегі ауызекілік сипат сәлемдесу үшін де тән: *Привет, қайдасың*? *Привет, қаладамын*? *Привет, өздерің қалайсыңдар*? Сәлемдесу түріне *О, оо, маа, әй, ауу, йоу* тәрізді одағайларды да жатқызамыз: *О, қалайсың*? *Маа, қашан келдің*? *Әй, бармысың*? *Ауу, жауап жазсаңдаршы*. *Охо, қайда кеттің*? Жастар арасында ағылшын тілінде сәлем жолдау белең алуда: *хай, хеллоу*.

Орфографиялық норма сақталмай қолданылады: *Салем, Салеметсин*, *Селам* т.б.

2. Сұрақ қою. Сұрақ қоюды сәлемдесу дәстүрінің жалғасы ретінде қабылдаған жөн. Әдетте қазақтың дәстүрлі амандасу рәсімі ұзақ болып келеді. Бұрын ата-бабаларымыз: «*Сәлеметсің бе, Мал-жан аман ба, бала-шаға, бау-шарбақ, ауыл-аймақ, бта-тайлақ аман ба, ағайын-туған, құда-жегжаттар аман-есен бе*?» деген сияқты ұзақ амандық-саулық сұраған. Санадағы осы сәлемдесу дәстүрінің қазіргі «ізін» әлеуметтік желіден де байқауға болады. Басқа тілдермен салыстырғанда қазақша сұрақтар сәлемдесуден кейін көп қатарласып жүреді. Мысалы: *Қалайсың? Қалайсыз? Не жаңалық? Не айтасың? Нең бар? Не істеп жатсн? Не хабар? Аууу, қайдасың? Неге көрінбей кеттің? Абысын ау қалайсың? Қайдасн*? <https://www.facebook.com>

Латын әрпін пайдалану арқылы: *Kuzdar, kalaisyndar? Ne zhanalyk*?

Қысқарған формалар: *ниж? НИ ИС Ж*? (Не істеп жатырсың?)

3. Тілек, өтініш, бір нәрсеге (әрекетке) шақыру. Қазақ халқы ізгі тілекті жақсы көреді, бата беру дәстүрі осындайдан туындаған. Әлеуметтік желіде де түрлі жағдаяттарға байланысты ізгі тілек білдірушілер көп кездеседі, бұл желі қолданушылардың ниеті дұрыс топтарына тән. Солардың бірқатары төмендегідей:

Тілек*:*

*Құтты болсын*! *Бәрекелді*! *Қоржының тола берсін*! *Соларды бір жазаласа, шіркін*?! (коллекторларға қатысты), *Мерекең құтты болсын*! *Алла жар болсын*! *Бағы жансын*!

Өтініш:

*Бөлісуді қосыңызшы*! *Кім бөлісе алады*? *Көбірек таратыңдаршы*! *Достыққа қосыңызшы*! *Кешірімді болайық*! *Түсіндіріп жіберіңізші*? *Танысайық*? *Плиз, жауап жазшы*.

Шақыру:

*Одан бұрын фамилияңды қазақшалап алсаң болар ма еді*; *...Жала секілді. Алладан қорықсаңдарш*. *Жаны таза, рухы асқақ жандармен біргемін!!! Дұға, ниет қабыл болсын*! *Жаңа өнерімді бағалап жіберіңіздер, ағайеен!* (смайликтердің суреті) т.б. <https://www.facebook.com/bahtiar.radio>.

Әлеуметтік желі қарым-қатынас жасау мүмкіндігін ғана емес, адамдардың өзін-өзі танытуға, жарнамалауға, ішкі қажеттіліктерін қанағаттандыруға мүмкіндік беріп отыр. Психологияда өзін-өзі көрсету, өзін-өзі тану деген ұғымдар бар. Ғаламтор бүгінгі күні тек ақпараттық орта емес, сонымен бірге өзін-өзі танытатын («самоидентификация») және өзін-өзі көрсететін («самовыражение») ортаға айналып отыр. Бұлар әлеуметтік желіде өзі туралы ақпаратты жария етуден, өзіндік «Мен»-ді іздеуден көрінеді.

Зерттеуші О.А. Гримов өзінің «Самопрезентация личности в социальных сетях» атты мақаласында өзін-өзі таныстырудың жолдары ретінде мыналарды атайды: *никнейм*, *аватар*, *статус*, *сурет және бейнематериалдары орналастыру*, *жеке ақпаратқа арналған бөлімдер* (қызығушылығы, көзқарасы, жынысы, жасы, отбасы жағдайы т.т.) [75].

Бұл жолдар әлеуметтік желіде тілдік тұрғыдан (вербалды формада) былай беріледі.

1) никнейм (ник) – желі қолданушысының өзіндік есімі. Бұл қолданушысының нақты өз аты да немесе лақап аты да болуы мүмкін, өйткені көптеген желі қолданушылары «оффлайн өмірдегі» лақап атпен де өмір сүре береді. Кейбір желі қолданушылары өздерінің нақты есімінің қатарына ник жазады. Мысалы: *Арман KZ*, *Денис Kid*, *KZ•NAZERKE* т.т. Ник үшін әртүрлі амал-тәсілдер пайдаланылады, тарихи тұлғалар: *Тұмар Тұмар*; *Aldar Kose*; *Kz\_Batu*; қайталаулар: *Айдар Айдар*; *Kazakh Kazakh*; *Танк Танк*.

Сөз құбылту элементтері, сөздерді немесе тұтас фразаларды өз ішінен буынға бөліп ажырату арқылы жасалады: *Бро Дяга*; *Кастро Собакадикая*; *Дявол носит правду*.

Сөз құбылтулар, алуан түрлі таңбалар: *¥NarKoz¥*; *♪Kz♪ J꙰O꙰K꙰E꙰R*.

Ел, ру атаулары: *Казакстан*; *Kz Adayes*; *Qarakesek.🇰🇿*; тұрпайы қолданыстар: *Айжамал дес мал екенсін*; тіпті машина атаулары да кездеседі: *ᶦᶰᵈ Mercedes✓*.

Никнейм сол коммуниканттың айналысатын іс-әрекетімен де, беретін ақпарат сипатымен де анықталады. Айталық, туризммен айналысатын блогерлер өздеріне мына есімдерді таңдауы мүмкін: *жиһангез блогер*, *саяхатшы-медиамаман*, *Nomadic Matt* (көшпелі саяхатшы), *Lexielimitless* (шексіз лекси) және т.б.

2) аватарларға – желі қолданушысының визуалды бейнесін білдіретін суреттер берілетін коментарийлер. Мысалы: *Керемет*! *Рөлде отырған ханшайым*! *Қайраттардың бәрі қайратты*! *Неткен сұлулық*! *Француженка*! *Қазақ қыздары осындай болар*! *Сыртқы бейнем, ішкі бейнем*! (смайликтің суреті); *Сүйкімдісің, бәрібір де қараттым, Ұнайсыңғой сен*; *Қалайсыздаар*? *Құндыз десе құндыз*! *Нағыз қазақ осындай болар*! *(2023 ж. 12 ақпан)* <http://surl.li/rmivl>;

3) статус – қолданушының әлеуметтік желідегі парақшасына қоятын мәтін немесе кез келген ақпарат, ағымдағы (сол кездегі) қолданушы ахуалының көрсеткіші (индикатор). Статус желі қолданушысының белгілі бір уақыттағы «сол мезеттік бейнесі» іспеттес болып келеді. Жақсы статус белгілері – олардың ерекше даралығы, жаңашылдығы, өзектілігі. Статустарда түрлі шығармалардан, фильмдерден әндерден алынған дәйексөздер, үзінділер, қанатты сөздер (афоризмдер), нақылдар жиі қолданылады. Статустарда рефлекция элементтері қолданылады, яғни назарын аудару немесе жауап қату, бұл әлеуметтік желі статустарындағы ерекшеліктердің бірі десе болады. Желі қолданушысының санасында Статус ең әуелі ақпарат және рефлекция болып табылады, өзінің бұқаралық сипаты негізінде ол бірқатар тілдік ерекшеліктерге ие.

Статусты арнайы қарастырған А.А. Селютин оны әлеуметтік желінің коммуникативтік және құрылымдық бір элементі ретінде өзіндік ерекшеліктері бар деп санайды, атап айтқанда:

1) статус барлық қолданушыларға қолжетімді;

2) статустың өзгеруі жаңалықтарда бейнеленеді де, оның оқырмандарға әсері басым болады;

3) қолданушы парағында көрнекі орында тұрғандықтан, желі қолданушысының көзіне бірден шалынады [76].

Әдетте ғаламтор тілі дегенде қысқарған сөздер, эмоционалды-экспрессивті лексиканың көптігі, «қалай естісем, солай жазамын» қағидасының орын алуы, яғни жазудың фонетизациялануы, эллипсис, бас әріп пен тыныс белгілердің жоқтығы, ажыратылмауы тәрізді «жүйе» көз алдымызға елестейді. Ал статус көрнекі орында тұрғандықтан, мұндай көрініс оған тән емес. Статус әлеуметтік желінің басқа коммуникативтік бөліктеріне қарағанда әлдеқайда сауатты беріледі. Сауатсыз статустар желі қауымдастығымен өте жағымсыз қабылданады.

Статус әлеуметтік желідегі коммуникативтік үдерістің элементі ретінде айрықша тақырыбымен, функционалдылығымен, тілдік деңгейде сауаттылығымен ерекшеленіп тұрады. Статусқа жазылған сөйлемдер толыққанды, мазмұндық-құрылымдық толықтығымен көзге түседі.

Мысалы: *Қысқа сөйле, аз сұра, тез кет*; *Біреуге ор қазба – өзі қазып алсын*; Статустарда жіктеу есімдіктері, бұйрық рай тұлғалары белсенді қолданылады. Сөйленімдер екінші бір адамға қарата айтылады, *сен* жіктеу есімдігі көбінесе жасырын тұрады.

Әзіл ретіндегі статустар кездеседі: *Салам барлық мен танымайтын достарға*; *Мен инабатты, ибалы, қарапайым, өте әдемі, бойы 1,70 болатын, салмағы 50, жасы 18-ге толмаған қойдың етін сатам*; *Қой мен жатайын, сенің өсегің бітпес*! *Осы айдан бастап пеньсионерлердің пеньсиясы еке есе арта түсед дегенін естіген студенттер қашан қартаяды екенбіз деп армандап жүр дит*; *Айнаға ұзақтау қарасаң, Дарвинге сене түсесің* және т.б.

Дәйексөздер: *Өмірдің мәні не? Айналаңа қызмет етіп, көмек көрсету* (Аристотель); *Өлгеннен сұра дер едім, тірі жандарға, өмір дегеннің не екенін* (М. Мақатаев); *Мен соңғы 33 жылымда таңертең айнаға қарап, өзіме былай деп сұрақ қоямын: «Егер бүгін менің өмірімнің соңғы күні болса, бүгінгі ойлаған жоспарымды іске асыра аламын ба?»* (Стив Джобс); *Сенің ең бақытсыз тұтынушың, бұл сенің ең маңызды өмірдегі сынағың* (Билл Гейтс); *Өмір бойы сүйіп, махаббатыңды төккің келетін адамды да таңдай біл* (Цицерон) т.б. Дәйексөздер түрлі тақырыпты қамтиды, өмір сүру, махаббат, білім, даналық, адамгершілік т.т. Солардың ішіндегі жиі кездесетіні – өмір, өмірдің мән-мағынасы туралы пікірлер, нақыл сөздер. <https://statuslife.name/status/aza-sha-statustar.html>.

Н.Г. Марченко әлеуметтік желіде статустың маңыздылығын атай отырып, оны мынадай тақырыптық топтарын бөліп көрсетеді:

– бейтарап статустар (ауа-райы, табиғат, мәдени және спорт оқиғалары т.т.);

– кәсіби тақырыптарға (кәсіби құзіреттілікпен байланысты) арналған статустар;

– адамдардың сезіміне қатысты (сүйіспеншілік, түрлі эмоциялар: қуаныш, мұң т.т.) статустар.

Сонымен бірге семантикалық және құрылымдық жағынан статус-афоризмдер, статус-мақалдар, квазиафоризмдер мен квазимақалдар статустары, нақты Интернет-статустар деп топтастырады [72, с. 11-13];

4) сурет (фото) және бейнематериалдарға, сондай-ақ желі қолданушысының өзіндік шығармашылдығына берілетін коментарийлер. Коментарийлерде қолданушы пікір қалдырады, сұрақ қояды, пікірталасқа түседі немесе шақырады, қысқасы өздерін танытатын, көрсететін жағдай ретінде пайдаланады. Мынадай мысал келтіруге болады (Қосымша А).

Желі қолданушысы кітап көрмесінде өз кітабының саудасы қызып жатқандығын баяндайды, суреті беріледі (Қосымша А).

Пост: *Кітабымның саудасы қызып жатыр! Астана төріндегі Еуразиялық халықаралық кітап көрме-жәрмеңкесі кітап саудасын қыздырып жатыр. Әсіресе «Ағылшынша тіл сындыру» кітабымның оқырмандарын еселеп арттырды. Бұл еңбек жазылған тұста менің интеллектуалды дамуымды ілгерілеткен еді. Баспадан шыққалы менің материалдық дамуыма оң әсер етіп жатыр*  <https://www.facebook.com/ErnatMelsuly>.

Комментарийлер:

1. *Орыс тілін ағылшын тіліне алмастыруға жұмыс жасай бер! Ғылымда, білімде ағылшын тілінде қалды ғой*!

2. *Кітаптың саудасы қыза берсін Қашанда сәттілік тілейміз*!

3. *Халқыңа қызмет ете бер*

4. *Экспоны жаңғыртып жатыр екенсіз ғой*.)

5. *Экспода қазір күнде думан, Іші толған бір туған. Оқушы көп жын қуған, Құлақ тұнады у-шудан, Оқырман мол білім қуған*!

6. *Оқырман орман болсын*!

7. *Өзім түскі 12 жарымға дейін болдым да 24 ке жұмысқа кеттім. Ұлттық Академиялық кітапхана отауында тұр кітап. Жәкеңді көрдім*

8. *Ереке**, Әр шаруаңыз өнеге*! т.т.

Берілген комментарийлерден біз ерекше тілекті де (6), жазарманның шығармашылығын да (5), қошеметті де (1; 2; 3; 4), тұрмыстық ақпаратты да (7) көреміз;

5) жеке ақпаратқа қатысты мәтіндер. Жеке ақпарат мынадай бөлімдерді қамтиды: желі қолданушысының қызығушылығы, көзқарасы, статустық, әлеуметтік-демографиялық жағдайды білдіретін ақпарат (жынысы, жасы, білімі, отбасы жағдайы т.т.). Тілдік жағынан бұл бөлім алуан түрлі, сын есімдерге бай (Танысуға байланысты), кәсіп атаулары (қызығушылық), модаль сөздер, әртүрлі мақсатқа құрылған сөйлемдер ұшырасады. Желі қолданушысының өмірдегі тәжірибесімен бөлісуді де осы қатарға жатқызамыз, оларды берілетін ақпараттың жекелігі айқын көрініп тұрады. Екі мысал келтірумен шектелеміз:

1. (Пост) *Өткенде алыстағы құдашамның төленбеген кіреді иті үшін мазалаған еді коллектор қыз. Гуглда танымал бір қыздың атымен таныстырды өзін. Бірінші қоңыраудан кейін біраз зерттеу жасадым. Менің телефонымды мүлдем бермеген. Тіпті нөмірім де жоқ. Алдымен туысқаныма звандаған (ол да менің нөмірімді банкке мүлдем бермеген), отслеживание жасап-жасамағаны жұмбақ болды. Кімнің кімге көп звандайтыны ескеріле ме, сондай ақпарат коллекторға беріле ме, берілмей ме, белгісіз. Қызық жағдай*... <https://www.facebook.com/baurzhan.karipov>.

2. (Пост) *«... семіріп кетіпті» деп сыртымнан айтылғанды да, «семіріп кетіпсің» деп бетіме айтылғанды да көп естіп жүрмін. Ерінбеген айтады. Мен қайтуім керек? Ақталайын ба? Кешірім сұрайын ба, біреудің эстетикалық талғамына сай келмей көзіне күйік болғаныма?*

*Иә. Жүз келі салмағым бар. Жалпы өмірде елу келі де, жетпіс келі де болғам. Қазір жүз келімін. Бәлкім өмір бойы осы жүз келі болып қалатын да шығармын. Неге, қалай семіргемінді өзім ғана білемін. Соны ешкімге түсіндірмей-ақ, ешкімнен сол үшін ұялмай-ақ қойсам деймін. Бұл семіздіктің зардабын да өзім ғана білемін. Менің жүз келі салмағым сіздің беліңіз бен тізеңізге түсіп жүрген жоқ қой)))*

*Айтпақшы, арықтау жолдарын да айтпай-ақ қойыңыз, құдайға шүкір, қырыққа келген жасым бар, талайды көрген басым бар. Арықтамай жүрсем де оған бір себебі бар шығар* <https://www.facebook.com/nazgul.kozhabek>.

Қорыта келгенде, әлеуметтік желілердегі өзін-өзі таныту (кейде ол жарнамалауға ұласып жатады) мультимедиялық жолдармен де, тілдік бірліктер арқылы да беріледі. Адамдардың әлеуметтік желіге жүгінуінің басты себептері: 1) қарым-қатынас, байланыс жасау қажеттілігі; 2) ақпарат алмасу, ақпаратты алу, бөлісу, тарату, жарнама жасау, құлақтандыру, хабарландыру, қоғамдық пікір қалыптастыру, пікірталас жүргізу; 3) өзін өзі таныстыру, көрсету, жарнамалау. Әлеуметтік желілер бұл мақсаттарды жүзеге асыру үшін мынадай қызмет тетіктерін ұсынады: хабарлама жіберу, жаңалықтар, қауымдастық құру, аватар, статус, сурет (фото) және бейнематериалдар салу мүмкіндіктері, қолданушылардың жеке ақпаратына арналған бөлімдер. Әлеуметтік желілердегі прагматикалық аспект желі қолданушыларына сайт ұсынатын осындай техникалық мүмкіндіктермен тығыз байланысты.

**2.3 Әлеуметтік желі қолданушыларының коммуникативтік типтері**

Тіл білімінде «әрекет» деген ұғым бар. Тіл білімі философия, логика, психология тәрізді гуманитарлық ғылымдарға негіздей отырып, әрекет ұғымының лингвистикалық мән-мағынасын ашуға ұмтылады. Қазіргі тіл біліміндегі қалыптасып отырған бағыттар, функционалдылық, прагматика, қатынас теориясы әрекет ұғымының зерттелуіне байланысты жан-жақты дамып белең алуда. Әрекет ұғымымен бірге тілдің, сөйлеудің жалпы табиғаты, болмысы лингвистикалық тұрғыдан ашыла түсті.

А.А. Леонтьев сөйлеу әрекетінің әрекеттің басқа түрлерінен ерекшелігі мен арақатынасын, оның екі түрлі түсінігін анықтайды. Сөйлеу әрекеті өзін меңгертуді мақсат етпейді. Әрекеттің басқа түрлерін реттеуші, орындаушы қызметін атқарады. «Әрекет етудің қарапайым бірлігі ретінде сөйлеу өзін тудырушы сөйлеу жағдаятымен байланысты. Сөйлеу әрекетінің жүзеге асуы келесі сөйлеу жағдаятын қалыптастырады», – дейді И.П. Сусов [60, б. 20].

Тілдің табиғатын толық ашу үшін оны сипаттап жүйелеу бүгінгі күні жеткіліксіз екендігі анықталып отыр, осыларға қоса тілдің әрекет ету, жұмсалу тетіктерінің де маңыздылығы белгілі болды. Бұл мақсатты жүзеге асыру үшін зерттеу нысаны сөйлеу болу керек, сөйлеудің адамның ойлау әрекетімен, мақсатымен, тілдік бірлікті жұмсаудағы ниетімен, стратегиясымен, сөйлеушілердің коммуникативтік типтерімен тығыз байланыста екендігі мәлім.

Мысалы, әлеуметтік желідегі «Танысамыз ба?!» статусы белгілі бір мақсатты көздейді, бұл жерде сөйлеушінің (желі пайдаланушысының) байланыс орнату ниеті көрінеді. Ал желі пайдаланушысы «Лайк басыңыздаршы», «Бөлісіп таратыңдаршы» деп өтінсе, онда бір әрекетке шақыру стратегиясы жатыр, бұл жерде әрекетті үйлестіру, орындау ниеті байқалады.

Тіл білімі теориясы тіл мен сөйлеудің арақатынасын ұзақ жылдар зерттеумен келеді. Тіл білімі тарихында ХХ ғ. бастап Ф.де Соссюрдің «тіл сөйлеудің негізінде пайда болған абстрактілі жүйе, ал сөйлеу осы жүйенің адамдардың қолдануында іс жүзіне асуы, актуализациялануы» деген тұжырымының негізінде тілді біржақты, оқшау құбылыс ретінде қарастырудан арыла бастады. Ш. Балли синтаксисте тілдің де, сөйлеудің де көріністері байқалады десе, В.В. Виноградов сөз бен сөз тіркесін сөйлемнің құрылыс материалы, ал предикативтілік пен модальділіктен тұратын сөйлемді коммуникативтік деңгейдің бірлігі деп танығаны белгілі [77]. Неміс ғалымы В. Гумбольдт: «Сөйлеу оймен байланысты шексіз әр алуан. Оны реттейтін, бірақ осы шексіздікте белгілі қалыпқа ие байланыс түрлерін жасап отыратын тіл бірліктері бар», – деп атап өтеді [78]. А. Байтұрсынұлы «Тілдің міндеті – ақылдың аңдауын аңдағанша, қиялдың меңзеуін меңзегенінше, көңілдің түюін түйгенінше айтуға жарау. Мұның бәрін жұмсай білетін адамы табылса, тіл шама қадырынша жарайды», – деп жазған [48, б. 141]. Ғалымның «Тілдің міндеті ... жарау» дегені – тілдің (тілдік жүйенің) ішкі мүмкіндігінің, әлеуетінің шексіздігін нұсқауы, ал «жұмсай білетін адамы табылса» дегені – тілді сөйлеу арқылы дамытатын жеке адамды айқындағаны деп түсінеміз. Осы қысқа тұжырымда әлемге танымал тілші ғалымдардың ғасырлар бойы зерттеп, дәлелдеп, алайда әрқайсысы әртүрлі атап келген (Ф.де Соссюр – «язык и речь», Л. Ельмслев – «схема и узус», Н. Хомский – «компетенция и употребление» т.б.) тіл мен сөйлеудің арақатынасы анық, дәл көрсетілген. А. Байтұрсынұлы осылай көрсете отырып, өзінің тілге берген әйгілі анықтамасын жария етеді: «Тіл – адамның адамдық белгісінің зоры, жұмсайтын қаруының бірі». Анықтамада көптеген ғалымдардың көрсетуінше, тілдің таңбалық әрі қарым-қатынастағы қызметі дәл жинақталған.

Тіл мен сөйлеуді байланыстыратын, бір арнаға құятын – сөйлеу әрекеті. Сөйлеудің негізгі белгілері сөйлеу әрекеті үстінде көрінеді. Олар: 1) сөйлеуші мен тыңдаушының міндетті қатысы, яғни диалогтілік; 2) дайындықсыздық, еркін түрде жүзеге асуы; 3) тақырыптың алуандығы; 4) сөйлеу жағдаятына тәуелділігі; 5) дайын сөйлеу құрылымдарының болуы. Қатынас эмоция мен сезімге толы адам қоғамында, адамдар арасында жүзеге асатындықтан, сөйлесімнің тек хабарды жеткізіп, сөйлеуші адаммен байланысты белгілерді жеткізбеуі немесе сөйлесім мазмұнында сөйлеушінің эмоциясы, белгілі бір құбылысқа қатысты жасалатын тұжырымдары, көзқарасы қамтылмауы, берілмеуі мүмкін емес. Адам тілдік таңбаларды өзара түсінісу үшін ғана емес, тыңдаушының қызығушылығын оятып, оны әрекетке итермелеу үшін де қолданады. Тіл бірліктері ақпаратты жеткізуші құралдар қызметін атқарып қана қоймай, тыңдаушыға ықпал, әрекетке шақырушы құралдар ретінде жұмсалады [60, б. 24].

Тілдік қатынаста *әрекет* ұғымымен қатар *стратегия*, *коммуникативтік стратегия* терминдері қолданылады. Сөйлеу әрекеті белгілі бір мақсатты көздеп, түрлі стратегияларды пайдаланады. Содан барып сөйлеу актісі қалыптасады. Сөйлеу актісі теориясының негізін салушылардың бірі Дж. Серль: «...тілдік қарым-қатынастың негізгі бірлігіне таңба, сөз, сөйлем емес, осы бірліктердің сөйлеу үстінде дүниеге келуі жатады», – деп жазады [79].

Дж. Серль сөйлеу актісін ережелер мен шарттарға бағынып, солар арқылы анықталатын әрекеттің бір көрінісі деп қарайды. Бірдей мазмұндағы сөйлеу актісінің әртүрлі ықпал етуші қызметте жұмсалуы осы ережелерге байланысты. Бұл ережелерге этикет нормалары ғана емес, прагматикалық көрсеткіштер қатары да енеді.

Адамдар белгілі бір сөйлеу әрекетінің типін таңдай отырып, сөйлеу әрекетін жоспарлайды. Стратегия ұғымы сөйлеуді жоспарлау әрекетіне байланысты туындайды.

«Стратегия» термині әу баста лингвистикалық мәнде қолданылған жоқ. Бұл ұғым тіл біліміне әскери саладан енді, әскери салада стратегия – соғыс жүргізуді зерттейтін сала ретінде, ірі операцияларды жүргізу өнері ретінде белгілі. «Стратегия» сөзінің мағынасында «іс-әрекетті жоспарлау», «іс-әрекетті болжау» семасы бар, бұл сөз бастапқы қолданыстағы шеңберінен шығып, қолданылу аясын кеңейтті.

Коммуникативтік стратегия ұғымы ондаған жылдар бойы тіл білімінде қолданылып келеді. Осы мәселеге қатысты ғылыми тұжырымдарды 80-жылдардағы В.З. Демянков, Т.А. Ван дейк, Х.Я. Ыйм, Маттсон т.б. ғалымдардың еңбектерінен табуға болады, Т.Е. Янко мен О.С. Иссерс зерттеулерінде негізгі деген коммуникативтік мәндер қарастырылады [80].

Т.Е. Янконың пікіріне сәйкес, коммуникативтік стратегиялар коммуникативтік компоненттердің (тема, рема, контраст т.б.) әрбір тілдегі ерекше қалыптасу тәсілдері, олар сөйленім семантикасына жаңа мән жүктейді. Сөйлеу әрекетінің стратегиясы «коммуникативтік мақсатқа жетуге бағытталған сөйлеу әрекеттерінің кешені. Ол барлық коммуникативтік үдерістің құрылу тетігін қамтиды, мақсат ретінде ұзақмерзімді белгілі бір нәтижелерге жету көзделген. Сөйлеу стратегиясы қатынастың нақты бір жағдайына және қатысушы тұлғаларға байланысты сөйлеу қатынасын жоспарлауды, сондай-ақ бұл жоспардың жүзеге асуын өзіне қосады» [81]. О.С. Иссерс өз кезегінде сөйлеу стратегияларын «сөйлеушінің жалпы коммуникативтік міндеттерін шешуге бағытталған сөйлеу әрекеттерінің жиынтығы» деп бағалайды [80, с. 109].

*Стратегия* термині тілші ғалымдардың еңбегінде кеңінен қолданылатын ұғымға айналды. Тіл білімінде ұғым мына мәндерде жұмсалады: 1) ғаламдық коммуникативтік ниет, адресаттың санасына өзгерістер енгізу және оны әлем моделін түзу үшін қолданылатын сөйлеу механизмі; 2) саяси қатынастағы қақтығысты басқару ұстанымы; 3) мәдениетаралық іскери қатынасты ұйымдастырудың жаһандық үлгісі; 4) қатынастың фатикалық қызметін жүзеге асыру. *Стратегия* сөзінің көп мәнділігіне қарамастан, оның лексикалық мағынасында нақты бір мақсатқа қол жеткізуде іс-әрекетті кешенді жоспарлау түсінігі бар. *Стратегия* ұғымының астарында «*мақсат–жоспар–жетістік*» үштік ұстанымы жатыр [73, б. 64].

Сонымен, арнайы әдебиеттерге сүйене отырып, сөйлеу стратегиясы дегенді біз сөйлеушінің коммуникативтік міндеттерді шешуге бағытталған және оның психологиялық интенциясына байланысты сөйлеу ықпалын жоспарлау деп түсінеміз.

Зерттеушілер сөйлеу стратегияларының түрлі классификацияларын ұсынады, бұлар қазіргі диалогтік сөйлеу тіліне және оны талдауға негізделген. Коммуникативтік стратегия мен тактиканың неғұрлым құрылымданған классификациясын О.С. Иссерс ұсынады. Сөйлеу стратегиясы жалпыланған дәрежесіне байланысты жалпылама болып келуі мүмкін, жалпы әлеуметтік мақсатқа (дәрежені белгілеу мен қолдау, биліктің сипаты, топпен ынтымақтастықты бекіту т.т.) жетуге бағытталған, не болмаса нақты мақсатты көздей отырып, нақты сөйлесуді сипаттайды (өтініш білдіру, жұбату, қолдау т.т.). О.С. Иссерс негізгі (немесе семантикалық: кемсіту, көндіру, қоқан-лоқы, өтініш) және көмекші (прагматикалық, диалогтік, риторикалық) стратегияларды бөліп көрсетеді.

Е.М. Лазуткина зерттеулерінде сөйлеу стратегияларын диалогтардағы ойын элементтері мен дәстүрлі сөйлеу әрекеттерін (дәстүрлі сөз қолданыстары, пауза, кезекші тақырыптар, мәселен: денсаулық, ауа-райы туралы т.т.) қосады. Диалог қатысушыларына қарай сөйлеу әрекетін мұндай принцип бойынша ұйымдастыру ынтымақтастық немесе кооперация ретінде танылады, сөйлеу стратегиялары кооперативті және кооперативті емес болып бөлінеді. Сөйлеу тактикалары сөйлеу стратегияларын жүзеге асыру мүмкіндіктерінің қызметін орындайды: әңгіменің модальдік реңктерін (баға беру, пікір айту, өкініш, қуаныш т.т.) топтастыра және алмастыра отырып, диалог бөліктерін қалыптастырады [82].

Осы айтылғандарға сүйене отырып, коммуникативтік стратегия дегеніміз сөйлеушінің алдын ала жоспарлаған және коммуникативті мақсатқа жетуге бағытталған сөйлеу актісіндегі тәсілдері болып табылатындығын айқындаймыз. Коммуникативті тактика нақты сөйлеу қарым-қатынасы үдерісіндегі практикалық тәсілдер жиынтығы, ол коммуникативті ниетпен сәйкес келеді. Сонымен, мақсат – сөйлеу стратегиясымен, ал ниет – тактикамен анықталады [83].

Интернет-қатынас жағдайында қандай стратегиялар қалай орын алады, енді соны қарастырайық. Ең әуелі, сөйлеу стратегиясын таңдау психологиялық фактордың ықпалымен жүзеге асады. Психологиялық фактор өзіне когнитивтік, мотивациялық және моральдік аспектілерді қосады. Қарым-қатынас барысын жүзеге асыру оның түрлі тәсілдерін қолдану арқылы орындалады. Олар жағдаятқа байланысты тұтасып кетуі де мүмкін, немесе оның бірі негізгі болып, ал қалғандары қажеттілікке орай жанама қолданылуы мүмкін. Бұл тәсілдер мен оның құралдарын таңдау стратегиялық ниет арқылы анықталады.

Әлеуметтік желідегі қарым-қатынас үш арна арқылы жүзеге асады: *жеке хабарламалар* (жекешелік), *жаңалықтар* (көпшілік, статустар мен оған жазылатын комментарийлер арқылы), *комментарийлер* (көпшілік талқылау) арқылы көрінеді. Желілердегі неғұрлым жиі қолданылатын қарым-қатынас түрлері – достық және іскери хат алмасулар, танысу (достыққа қосу), комментарий алмасу, қандай да бір тақырыпты топтарда талқылау. Қарым-қатынас психологиясында қарым-қатынас қызметін оның прагматикалық мақсаттарына сай топтастырады.

Желіден алынған мысалдарды талдау негізінде, қарым-қатынас жағдайындағы коммуниканттардың әрекет стратегиясын қарастырған лингвистердің, психологтар мен социологтардың тәжірибелерін ескере отырып, әлеуметтік желілердегі сөйлеу әрекетінің негізгі деген төрт стратегиялық бағытын ажыратуға болады:

1. *Байланыстық* (контактілік) – байланыс жасау, орнату, яғни хабарламаларды алу мен бөлісу, өзара байланысқа дайын болу. Мұндай мақсат виртуалды танысудың алғашқы кезеңінде белсенді іске асады. Ол сәлемдесу үлгілері, өтініш жасау, құттықтаулар, кездесуге шақыру, сұрақ қою, комментарийлермен алмасу т.т. түрлерде көрінеді.

Мысалы, *Ал, айт құтты болсын*! сөйлесімінде байланыс жасау стратегиясы бар. Бұған жауап ретінде байланыс әрі қарай дамиды, виртуалды қатынастың келесі кезеңіне көшу жалғасады. Астарлама (жасырын) мәнді құрылымдар қолданылады:

*Танысамыз ба*?

*Сөйлессек қайтеді*?

*Құрметті шымкенттік достар! 6 мамыр күні эссе туралы ой бөлісуге қалай қарайсыздар*?

Мұндай сөйлесімдерде *танысайық*, *сөйлесейік, эссе туралы ой бөлісейік* деп тікелей айту жоқ, жанама сөйлеу арқылы қосалқы мән жүктелген.

*2. Ақпараттық* – хабарламаларды алу мен бөлісу, я болмаса сауалдарға жауап беру. Бұл мақсат статустарда, желі қолданушылардың әлдебір ақпаратты бөлісіп жазған комментарийлерінде анық көрінеді.

Мысалы:

І. Пост: *Бүгінгі олжа. Айлықты қидық осы бір ұлы іске* (Желі қолданушы Шоқан Уәлихановтың 6 томдық шығармалар жинағын сатып алғандығын қуана жариялайды (Суреті беріледі).

Берілген комментарийлер (Редакциясы сақталды):

– *Қымбат па сондай*?

– *кімге қалай 19000 теңге сол қалпында.*

*– Тұрарлық кітап деп ойлаймын. Бұл осыдан бұрынғы 5 томдықтан басқаша ма?*

*– Қоржының тола берсін!*

*– Кітапханада бар.*

*– Қашқария сапары ма?*

*– барлығы бар.*

*– Қай баспа шығарған?*

*– кезінде «Мәдени мұра» бағдарламасымен шыққан. Ерлан Сайыровтар шығарған еді.*

*– менде ескісі болған еді бұрын*

*– Мынау 1984 жылғы редакциясымен шыққан екен*

*– менде сырты қызыл ма сондай болған қалың еді және*

*– Толық жинағы ма?*

*– иә толық жинағы*

– *орыс ұстазының айтуымен қазақ даласына шаманизмді әкеліп таратқан осы Шоқан дегенді оқығам*

*– Шоқан зайырлы адам, оны діншіл адамдар түсінбеген.*

*– биракта шоқынған*

*– шоқынбаған. Зайырлы адам.*

*– Қазақ тілінде шыққан тұңғыш шығармалар жинағы! Менде бұрынғы орыс тіліндегі екі шығарылымы бар.*

*– Шоқан туралы теріс пиғылды топастарды түсінбедім! Білгішсіп, бір жерден көрген, шала ұққан түсініктерін тықпалай береді.*

*– Іздегендеріңіз болса Алматыда Өнер баспасында 12 мыңға көргенмін. Сол жақтан алсаңыздар болады.*

*– Менде 84-85 жылы шыққан комплект бар.*

*– Чокан умница был. Офицер чести.*

*– Ә.Х.Марғұланнан кейін кім жидаы дейсің мұрасын, ұрлап қайта шығарады да сілтемесіз.*

*– Менде қыста 84-85 жж. Шыққандарын алдым бір букинистен. Жап-жаңа, қаптамасымен*... <https://www.facebook.com/aidyn.zhuniskhanov>.

ІІ. *Ауылға жол түссе барған үйдің отын қорасына кіруге тырысамыз. Өйткені онда осындай құнды кітаптар жатады. Мәселен, кешегі сапарымызда Рафаэлло Жованьолидің «Спартагын», ағайынды Гриммдердің ертегілерін, Әуезовтің орыс тіліне аударылған «Абай жолын», тағы басқа кітаптарды қызыл оттан құтқарып, үйге алып келдік* (Кітаптардың суреті беріледі) <https://www.facebook.com/bahtiar.radio>.

Екі мысалда да желі қолданушылары жеке ақпараттарымен бөліскен. Екеуі де кітапқа қатысты. Алғашқысында Шоқан Уәлихановтың 6 томдық шығармалар жинағын сатып алуы туралы ақпарат болса, келесісінде ескі кітаптарға тегін ие болуы туралы жарияланады. Кітаптың құндылығы туралы ой екі постыда да анық байқалады.

*3. Үйлестірушілік* – бірлескен әрекетке шақыру, соны үйлестіру, соған келісушілік. Бұл мақсат түрлі топтарда, белгілі бір оқиғаны талдау, кездесу ұйымдастыру, бірлескен әрекетке жұмылдыру барысында орын алады. Мысалы: *Комменттегі инста парақшаға өтіп, лайк басып, пікір қалдырып, бөлісіп, қолдау көрсетіп жіберсеңіздер деген өтінішім бар*!  *(2022 ж. 8 тамыз)* <https://www.facebook.com/ErnatMelsuly>.

*«Тайталас» атты тарихи қойылымын тамашалауға шақырамыз*!

*Төлен Тілеубайдың зерттеу кітабының танытымына келіңіздер*!!!

*1 жыл болып қапты.* [*#Сана*](https://www.facebook.com/hashtag/%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B0?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZXwcPxr4cCDqfDXA5U1UlhtigY7EAh-kjFkGHfQHPe1n71NAJP6hM-wEb3NfHO0c6ECy2SDNBtcqSR2KVdxPbWqvyf-gZPKR9-y_3HBooulzILOUAMYov5NfPANiXsIMeEuO_wyNVO5MJv32WmWChic) *бағдарламасы әсіресе зиялы қауым, ауыл халқы мен университет студенттері көретін бағдарламаға айналды. Шыңдалдық. Ұжыммен бірге еңбек етуді үйрендім. Ал ендеше контент бізден, ой сізден, Sana-ны бірге қалыптастырамыз (2022 ж. 2 маусым)*  <https://www.facebook.com/moldiyar.yergebekov>.

Сөйлемдерде белгілі бір іс-әрекетке қозғау салу мағынасы бар (*парақшаға өту*, *бөлісу*, *пікір қалдыру*, *бірге тамашалау*, *қалыптастыру* т.т.). Олардың астарында түрткі болу, әрекетке итермелеу мақсаты, стратегиясы жатыр. Көбінесе өтініш, тілек түрінде келеді, мұндай сөйлеу актілеріне ортақ басты ниет те – сөйлеушінің тілегі. Мысалдардан кезінде А. Байтұрсынұлы анықтама берген *тілекті сөйлем* деп аталатын жай сөйлемнің түрі еске түседі (қазіргі қазақ грамматикасында *бұйрықты сөйлем*). Ғалым былай деп жазған болатын: «Нәрсенің болғанын, істің істелгенін көңіл тілеген орында айтылатын сөйлем түрлері тілекті деп аталады» [42, б. 3-94]. Әрине, сөйлемдердің барлығында бірдей тілек мәні ашық көріне бермейді, бірде жасырын, бірде көмескі, енді бірде айқын көрінуі мүмкін, сондай-ақ сөйлесім мазмұны мен құрылымына байланысты қосалқы мәндер де қатысады. Әлеуметтік желіде осындай игі істерге шақыру, игі мақсаттарды белгілеу жиі кездесіп тұрады, бұл қазақтілді әлеуметтік этикеттің бір бөлігі деп қарауға болады, олар қошеметпен, тіпті батамен желі қолданушылары тарапынан жалғасын тауып жатады.

Пост:

*Мәре 19:00-де.*

*Әзірет Сұлтан мешітінің алдында!*

*Финиште кездескенше ағайын* 

Комментарийлер:

*Ғажапсың Ернатжан*! *Алла разы болсын, жасай бер*!

*Бәрекелді, жарайсың*! *Алла ісіңе береке берсін*!

*Ақ жол*! *(2023 ж. 8 тамыз)* <https://www.facebook.com/ErnatMelsuly>.

Толымсыз құрылымдар арқылы берілген (толық нұсқасы *Әзірет Сұлтан мешітінің алдында 19:00-де кездесейік, ағайын!*) бірлескен әрекет мақсаты желі қолданушыларынан қолдау көрсетіледі. Бұл, бір жағынан, эмоциялылықпен ұштасуды да аңғартады, дегенмен негізгі мағына іс-әрекетке қозғау салу болғандықтан (кездесуге шақыру), осы топқа жатқызамыз.

*4. Эмотивтілік* – желі қолданушыларының эмоциямен алмасуы. Бұл қызметті статустар мен берілген комментарийлер орындайды. Оларда көп ақпарат болмаса да, желі қолданушыларының эмоционалдық жай-күйі көрінеді, графикалық құралдар, эмотикондар, gif-бейнелеулер т.т. пайдаланылады, қазақтілді желідегі жиі кездесетін стратегиялық бағыттың бірі. Мысалы:

Пост: *Осындай ойлы жастардың бар екендігіне қуанасың...*

*Қандай тамаша пікірлер айтқан* (бейнежазбаға қатысты пост)

Комментарийлер:

*Гений Жамал ғой*

*Уххахпхпххпха*

Пост: *Міне шок жаңалық! Мақпал халықты да, қызын да алдап келген екен!* 

Комментарийлер:

*Баягыда еді гой сол қу дүние үшін шығар*.

*Онда тұрған не? Барі тұсқанан асырап алып жатады.адмның басы алланың добы деп бекер айтпаған?басыңызға жазғаның бәрін көерсіз.бұда бір алланың сыны шығар?тек қана сабыр болыңыз*

*Не болыпты ондайлар көп қой туған бауырының қызы . Қыз ешқандай қиындық көрмей бақытты болды ,мәпелеп өсірді . Әке шешсі қызының жақсы өсіп жатқанынан хабардар болды күнігн көріп жүрді. Мақтанып жүретіндей шешесінің абыройы халықтың ортасында не бүлініп қалды реально қабылдасын . Қорлықта жүріп пе*?

*ияя соны айтам, бір өз өмірлері бір кереметтей өзгені жамандағанға құмар осы... Бала туғандікі емес бағып қағып өсіргендікі... Өте дұрыс айтасыз*!

*Біреу бір өтірік нәрсе жарияласа бітті, істің байыбына бармай шулай жөнелетіндеріңіз-ай. Бір ақымақ қатын Мақпалдың роліне кіріп, өтірік жылап бір жала жалған ақпаратты жариялаған екен, анық-қанығына бармай шулай жөнелдіңдер. Алдымен ана видеоны тауып, қарасаңдаршы, басқа адам екені бақырайып көрініп тұр ғой*.

*Құдай ау онда тұрған не бар. Әйтеуір бір баланы мәпелеп өсіріп жеткізді*.

*Жүрегім ауырып кетті! Тапқан емес баққан Ана деуші еді бабаларымыз. Бала бер, берсең сана бер, әйтпесе ала бер деген де сол бабаларымыз. Мұңайма, Мақпал!! Жас қой, түсінер, кешіре біл*!

*Өтірік ақпарат*... *(2023 ж. 25 қыркүйек)* <https://www.facebook.com/ serik.abasshakh>.

Пост: *Шөп пен шөңгені сөз қылған қайран Қазақстан арнасы*... (Желі қолданушысыны ұнамаған хабар туралы) [https://www.facebook.com/groups/ 243929689350991](https://www.facebook.com/groups/%20243929689350991).

Пост: *МАСҚАРА ҒОЙ!*  *Мұндай сорақылықты ешкім күтпесе керек! Ащы шындық ашылды, ұят болған екен*! 

Эмотивтілік бағыттың берілу жолдары алуан түрлі. Сүйсіну (*Осындай ойлы жастардың бар екендігіне қуанасың...*), кірме сөз арқылы берілген масаттану (*Гений Жамал ғой*), таңырқау (шок), одағайлар тәрізді дыбыстық тіркестер (*Уххахпхпххпха, ияя*), бірыңғай бас әріптермен беру, сенбеу (ақпаратты теріске шығару), місе тұтпау мәнін салыстыру арқылы білдіру (*Шөп пен шөңгені сөз қылған қайран Қазақстан арнасы*...), эмотикондар т.т.

Жоғарыда келтіргендей, қарым-қатынас үдерісі өзіне сөйлеудің негізгі және көмекші (жанама) стратегияларын қосады. Негізгі стратегияға коммуникативтік ықпал неғұрлым маңызды болып саналатын мақсаттар мен уәждерді (кемсіту, сендіру, өтініш, көндіру) жатқызуға болады. Көмекші стратегиялар диалогтік әрекетті, адресатқа әсер етуді (прагматикалық стратегиялар, қошемет-қолдау көрсету, өзі-өзі жарнамалау) тиімді ұйымдастыруға мүмкіндік береді [80, с. 100]. Стратегиялардың әрқайсысында қолданылатын тактикалардың жиынтығы болады, оларды қолдану сөйлеу мақсатына, әңгімелесу ерекшеліктеріне, диалогтардағы белгілі бір ұстанымға, қарым-қатынас типіне, коммуникативтік әрекеттердің бірізділігіне орай жүзеге асып, тілдік бірліктер таңдалады.

2011 жылы америкалық әлеуметтанушы, футурист, аналитик Брайан Солис «Әлеуметтік желі қолданушыларының бихейвиористік типтерінің графикалық моделін» ұсынды [84]. Осы топтастыруға сүйене отырып, әлеуметтік желі қолданушыларының негізгі деген коммуникативтік типтерін анықтауға болады.

*1. Белсенді тілекшілер* (Benevolence) – ниеті ақ желі қолданушылар тобы, олардың стратегиясы да осы – тілекші болу. Бұл топ көмекші прагматикалық және риторикалық стратегияларды жиі қолданады: сөйлеу тақырыбын қолдау, қошемет көрсету, тілек, субъектінің өзін-өзі таныстыруы, олардың тілінде бағалауыштық сөздер, анықтауыштар, үстеулер, жағымды реңктегі лексика, күшейткіш, нақтылау демеуліктері, эмоционалдылықты білдіретін көңіл-күй одағайлары арқылы көрінеді. Сөйлем тұрғысынан хабарлы, лепті, сұраулы сөйлемдер қолданылады, оларда ізгілікке тілекші болу, жақсы істерге шақыру т.т. мағыналар қатысады. Мысалы:

*Бүгін бір* жақсы адамның *туған күні. Кәкеңмен біраз жыл қызмет жасадық. Кәкең* ақылды, байсалды, қарапайым, жүрегі жылы жан*. Айта берсеңіз, кез келген мақтау-марапатқа* лайықты. Жақсы адамға *теңеу табу қиын ғой. Кәкеңнен* көп нәрсе үйрендім. *Онымен бірге басталған жұмыс, міндетті түрде,* сәтті аяқталады. *Ең бастысы,* өз ісінің шебері*. Білім саласындағы кез келген түйткілді мәселеге араласып,* өз ойын білдіре алады.Батыл, шыншыл *турасын айтады* *(2023 ж. 10 қазан)* <https://www.facebook.com/dossym.baidrakhmanov>.

Берілген мәтінде желі қолданушысының оң көңіл-күйі көрінеді және оны айналасындағылармен бөліскен. Оң бағалауыштықты білдіретін сапалық сын есімдер, етістікті тіркестер, сөйлеу субъектісінің іс-әрекетіне берілетін бағалау қатысқан хабарлы сөйлемдер қолданылады. Мысалда ізгілікке тілекші болу мәні қатысқан стратегия бар. Сөйлемдерде сендіру мақсаты байқалады: *Кәкеңмен біраз жыл қызмет жасадық.* Ал *айта берсеңіз* қыстырмасы сөйлесімдегі ықпал ету мағынасын жинақтаған.

*Асыға күтеміз. Өзекті. Тың ізденіс те бар, классикалық тұжырым да бар. Іргелі ғылым да бар, қолданбалы зерттеу де бар*.

Екінші келтірілген мысалда бағалауыштық сөздермен (*өзекті, тың ізденіс*) қоса, күшейткіш демеуліктер (*те, да, де*) желі қолданушысының оң ниетін білдіреді.

Сол сияқты лепті сөйлемдер *Не тілесең сол қабыл болсын! Жетістіктен жетістікке, табыстан табысқа жете бер*!; көңіл-күй одағайлары *Бәрекелді! Пәлі! Ахаха, уа, бәсе*; күшейткіш үстеулер *Керемет! Күшті! Тамаша!* т.б. тілдік бірліктер белсенді тілекшілердің сөзінде қатысады.

*2. Мәселені шешушілер* (Problem Solvers) – қызықты ақпаратты таратушылар, әлдебір сұрақтарға жауап іздеушілер және өзіндік жеке тәжірибелерін ортаға салатындар тобы, соларды айналасындағылармен бөліседі. Осы орайда семантикалық стратегиялар басымдық танытады, нақтырақ айтқанда, сендіру, талап қою, тілек-ұсыныстар, ескерту, тақырып болып отырған нысанның сипаттамасы, оқиғаның дамуы туралы болжам жасау.

Мәселені шешушілердің әлеуметтік желі арқылы дұрыс бағытты көрсетіп отыруы қуантады. Олардың қарастыратын мәселелері де түрлі қоғамдық тақырыптарға арналған, жеке бас мәселесінен қоғамдық мәні бар үлкен өзекті тақырыптарды қамтиды. Келтірілген мысалда сөз қолданудың дұрыстығы талқыланады. Берілген комментарийлер де осы мақсатқа жауап іздейді және оның желі қолданушылар үшін пайдасы сөзсіз:

Пост: *Ақорда сайтында «Қасым-Жомарт Тоқаев Ботаникалық бақта көшет отырғызды», деп жазыпты. «Көшет екті» – десе түсінікті болар еді*.

Комментарийлер:

*Тал екті*.

*Гүлді егеді. Көшетті отырғызады*.

*көшетті отырғызады, егінді егеді*.

*Сажает дегенді аударып бере салады. Тіл заңдылығы ерекшеліктері ескерілмейді*.

*Жеміс ағашы болса, егеді*.

*Көкөніс болса, отырғызады*.

*Ал жеміс ағашы болса ше*?

*егеді оны да*.

*Аа*

*Синоним. Екеуі де қолданылып жүр*.

*Синоним емес қой. Екі түрлі әрекет*

*(2022 ж. 23 қазан)* <https://www.facebook.com/groups/243929689350991>

Мысалдарда пікір алуандығы кездеседі, желі қолданушысының солардың бірін таңдауға мүмкіндігі бар.

Келесі мысалдарда мәселені шешушілер басқа желі қолданушылардың сұрақтарына жауап береді:

І. – *Қазақстан азаматы Өзбекстанға машинамен өтсе, страхованиеге қанша ақша төлейді*?

– *40 мын сум страховка, тонировка 170 мын сум, и еще 17 мын*;

– *Примерно 50000 60000 мын сум*;

– *5 күн ишинде коп тексермейди, мен страховка ешкашан алмаймын*;

– *Ия дұрыс, страховкани ешким тексермейди. Алмаяк қойған дұрыс*.

*(2023 ж. 2 тамыз)* <https://www.facebook.com/groups/2707062462735312>

ІІ. – *Қымбат па сондай*?

– *кімге қалай 19000 теңге сол қалпында.*

*– Толық жинағы ма?*

*– иә толық жинағы*

*(2023 ж. 8 тамыз)* <https://www.facebook.com/aidyn.zhuniskhanov>

*3. Комментаторлар* (Commenters) – желіде жаңа ой туғызушылар, түрлі ақпаратқа жауап қатушылар, байқаулар мен тәжірибелерді жариялап отырушылар. Желі қолданушыларының бұл типі әлеуметтік желі ішіндегі де, сондай-ақ одан тыс болып жатқан оқиғалар туралы да ойларымен бөлісуге ұмтылады. Қарым-қатынас жағдайына байланысты прагматикалық стратегияны ұстанады, қажет болған жерде қошемет көрсетуі де, немесе сынап тастауы да мүмкін. Комментаторлардың мәселені шешушілерге ұқсастығы да байқалады, әсіресе өз тәжірибелерімен бөлісу барысында.

А. Байтұрсынұлының жаңа жинағының жарық көруіне байланысты берілген комментарийлерден мысал:

– *Керемет ТАРТУ, тек таралымының аздығы (100 дана ғана**) мен кітаптың түптелуінің түрі көңілге қаяу салғандай-ақ*;

– *Желімге отырғызылған бұл кітапты парақтап оқу – қауіпті. Шашылып қалады* *Баспа табағы – 40-тан асатын кітаптың түптелуін желімге отырғызу обал-ақ)? Тігілуі керек-ақ еді! Алаш Арысының мұрасынан қаржы аяу – арымызға сын*;

– *Таңдамалы жинақты дайындаушыларға ЗОР АЛҒЫС*

Мысалдан байқалатындай, желі қолданушыларының негізгі тақырыпқа қатысты тәжірибелері мол, соны желі арқылы ортаға салған. Сын айту да бар, бағалау да кездеседі, қошемет те айтылған.

Комментарий жазушылар алуан түрлі сөйлеу бірліктерін қолдануы мүмкін, әдеби, әдеби емес бірліктер, айталық, дөрекі сөздер, кемсіту элементтері т.т. Кезінде қазақ мектебінің ішінде орыс сыныптарын ашамыз деген бір топ қазақ әйелінің желіде танымал болғаны белгілі. Солардың арасында «Орыс сыныбын ашпайтын болса, Путинге хат жазамыз» деген «Самал» есімді әйел адам желі қолданушыларының ашу-ызасын туғызды. Бұл комментарийлерде кемсіту, қорлау белгілері айқын көрінеді:

– *Жер аударып жіберу керек*

– *Сорлы неме*!

– *Бесінші колонна деген міне, осы*!

– *Өз қазағың Путинді пір тұтса, бұдан асқан сорақылық бар ма*?

– *Ондай-ондай сатқындар болады, кейде ойлаймын, халық жауы, ашаршылық кезінде, қазақтар өз-өздерін қырып жойған шығар деп , мәскеуден , сәл сыбыс шықса біздікілер көтеріп алып кеттіма деп , мына жағдайды көріп ойланасың*

– *«Отаршылдар тәрбиелеген элита – өз халқының басты жауы» Махатма Ганди* т.т.

– *Мыңдап алаңға шыққан халықтың назы орындалмай.. үш төрт әйелдің дегені болып жатса.. таңқалмайсың.. Қайтып баланы қазақилыққа үйретеміз деп жүрсек.. атрқа тартқан, өз ішіміздегі жау жаман болды ғой. Орыс өкілетігі айтса да, және мәселе басқаша. Өз қазағымыздыкы өтіп кетті ау.. Бұл пенделердің не ойлағаны бар...* [*https://www.facebook.com/aiatjan*](https://www.facebook.com/aiatjan)*.*

Жалпы комментаторларды іштей екіге бөлуге болады: оң ниетті және теріс пиғылды комментаторлар. Оң ниеттілер сын айтқанның өзінде мәселені объективті түрде тануға, ой қорытуға, өз ойын барынша салиқалы әрі сыпайы жеткізуге тырысады, ал теріс пиғылдылар мәселенің байыбына бара бермейді, олардың сәл кейінірек сипатталатын агрессорларға ұқсастық жақтары бар.

*4. Әңгімелесушілер* (Conversationalists) – хат-хабар жазысу барысында белсенділік көрсететін қолданушылар, пікірталас кезінде сұрақтар қояды, ал сұрақ қоюшыларға жауап береді. Осы орайда диалогтік және прагматикалық стратегия бірінші кезекте жүреді. Мұндай қолданушылар бастаманы үнемі бақылап отырады, хат-хабар алмасуды жаңа сұрақтармен кеңейте түседі, бір тақырыптан келесі тақырыпқа оңай ауысады, сол арқылы әңгімені өрбіте, әрі қарай дамыта біледі.

Желі қолданушысы әлдебір тақырыпты көтеріп пост жазады, келтірілетін мысалда желі қолданушысы өзінің «толықтығын» сырттай және бетіне «сөз ететіндерге» қаратып, пост жазады. Постының жалпы мазмұны «сондай алып-қашпа сөз иелерінен өзін жайына қалдыруын меңзеу, бұл өзінің ішкі шаруасы екендігіне» саяды. Әңгімелесушілердің тақырыпты қалай «дамытқандығына» үңіліп көрейік:

– *Ойпырмай, ... пост жазбаса, мына қоғам жарылуға келген екен ғой. Бәрі іштегі шерін шығарып, мәз боп қалды-ау)))*

– *осылай дегеннің өзі дұрыс емес. Әлдебіреу семіз екендігіне налып отырған жоқ, жұрттың сөзіне наразы, менде нелерің бар деп отыр. Бұл шер емес, сөзден мезі болғандық*.

– *«Өлуге айналыпсың ғой», «Құлағың қапты ғой», «Қыстан шыға алар ма екенсің?», «Боранды күні үйден шықпайтын боларсың», «Май жеу керек саған...» деп кете береді бұғазақтың «жанашырлығы»...*

– *Томпилар партиясын құрайық)*

– *түбінде әлемді біз құтқарамыз*

– *Сенің бойың ұзын, сүйегің ірі ғой өзі. Өзіңе жарасып тұр, салмағың. Кеше көрдім ғой, семіздігіңді байқамадым. На то пашло әркім өзі білдеі ғо)*

– *Мен де осыны жазайын деп ем. Бой теректей, фигура идеальная. Жүз келіде де елу келіде де күшті көрінесің*

– *әйелдің былқылдаған семізі дұрыс, тыриған арық қара қатын деген бір қу тақтай ғой))*

– *Толық адамдарға көз тимейді*!

– *Маған семіріп кетіпсің деп ешкім айтпайды, себебі арық болып көрген емеспін. Арық кезімді ешкім көрген жоқ))*

– *Біз бір рулы елден де көппіз)))*

– *Арықтасаң да «ойбай, неге сонша арықтап, жүдеп кеткенсің» деп айтатындар бар. Өзіңізге жарасады*.

– *Пейілі кең адамның пошымы кең болады дейді ғой қарттар*

– *Біз біргеміз!))* (28 қараша 2023 ж.)<https://www.facebook.com/nazgul.kozhabek>

Тағы бір мысал:

Пост: *Инстаға кіндігімен байланған орыс блогерлері ақырзаман орнағандай күй кешуде. Шынымен ғой, ас-сусыз бірдеңе қылып күн көрерсің. Жарқ-жұрқ еткен желісіз қайтіп өмір сүруге болады*? *(5 ақпан 2023 ж.)* <https://www.facebook.com/bahtiar.radio>

Комментарийлер:

– *Бүкіл блогерлер аудиторясына айтпайма көшеге шығыңдар соғысты тоқтатыңдар деп соған бастары жетпей отыр ма өздерінен де кінә бар*

– *Қасқа, яап кетім ғой*...

– *Обал-ай))) Байғұс-ай*

– *Иә, орыс блогерлер оқырмандарымен қоштасып жатыр)*

– *Қош енді, қош бол инстаграм*...

– *Ресейде инстаграм аналогы ярус пайда болыпты*.

– *Бұлардың наны ғой қазір бұл инстаграм*.

– *Осылардың жылағанын көрсем рахаттанам бар ғой*

– *Осылардың көз жасы жібермес Путинді*)

*5. Хабар таратушылар (Broadcasters) –* бейтарап ақпаратты таратушылар, ақпаратты әдейі немесе еш мақсатсыз, өз контентінде оларды талқылауға салмай-ақ желі қолданушыларына ұсынады. Бұл жағдайда өзін-өзі таныстырудың риторикалық стратегиясы қолданылады. Бұл топқа әкімшіліктің пабликтер мен топтарға арналған жазбаларын, сондай-ақ жекелеген қолданушылардың статустарын, түрлі жарнамаларды жатқызуға болады. Мысалы:

*FlyArystan билеттерін 3000 теңгеден сатуда*;

*Шетелдік аналогтардан арзан: қазақстандық ғалымдар жеміс ағаштарын сақтауға арналған диагностика жүйесін әзірледі;*

*Бейбітшілік және келісім сарайында әзілкештер кеші өтті. Мұнда Қазақстан КВН Одағы Jaidarman kids әзілкештерінің ойынын ұйымдастырды*.

Хабар таратушылардың сөзіне ерекше экспрессивтілік тән емес, лексика мен синтаксис бейтарап мағыналы, аудиторияға өтініш жасау, сұрақ қою, үндеу, бір әрекетке шақыру тәрізді мән қатыспайды. Хабар таратушылар бар болғаны өзі жайындағы немесе айналасындағылар туралы ақпаратпен бөліседі. Ақпарат мазмұны бейтарап болғандықтан, қолданушылар тарапынан да көп талқыға салына бермейді, ешқандай эмоция тудырмайды.

*6. Бақылаушылар (Observers)* – белсенді емес қолданушылар, хабарлама немесе комментарийлерді сирек жазады, жаңалықтар жариялай бермейді. Кейбір деректерге қарағанда, бақылаушылар әлеуметтік желі қолданушыларының көп бөлігін құрайды. Комментарий жазудың орнына «ұнайды» батырмасын басқанды жөн көреді. Тіпті әлеуметтанушы зерттеушілердің тұжырымдарына сүйенсек, кез келген постыдан комментаторлардан гөрі «ұнайды»-ны басқан бақылаушылардың көптігін көруге болады. Жиырмаға жуық комментарий жазылса, жүзден астам бақылаушы болады. Оның себептері де түрлі болуы мүмкін, сонымен бірге бұл әрекеттің өзі өзін-өзі жариялауға жатады.

*7. АКА (TMI – «Too much information»)* – «аса көп ақпарат», желі қолданушысын оның оқырмандары сипаттайтын статус. Өзін-өзі жарнамалаудың риторикалық стратегиясы шеңберінде монолог пен көпшілікке арналған жазбаларда (статус, комментарийлер) берілетін деректердің ара жігінің жымдасып бірігіп кетуі. Мұндай жазбалар мазмұны жағынан кең, құрамында көп ақпарат бар болып келеді:

*Мен баламды әскери мектепке бергем сол мекомандиріне секіріп мен оқымаймын деп әбден сотка гр өмірге қаласа жатады үйреніп қалған мені командирі шақырып жағдайды айты менің жауабын баламның көзінше айтым сүйегі менікі еті сіздікі деп айтқаныңды істемесе ұр дедім қазір бітіріп әскери оқуын жалғасытырып жатыр Көкше тауда бала ұрғанан өлмиді сол кезде қанша балдардың шешелері оқудан алып кетті* [*https://www.facebook.com/groups/2707062462735312*](https://www.facebook.com/groups/2707062462735312)

Мәтінге назар аударсақ, ондағы ақпараттың көптігін байқаймыз. Ешқандай тыныс белгісіз, орынсыз қысқартулар арқылы жазылған мәтінде керісінше ақпарат көп: *баласын әскери мектепке беруі*, *баласының оқымаймын деп лаң салуы*, *командирдің шақыруы*, *командирмен арадағы әңгіме*, *көптеген ата-аналардың балаларын қиындыққа шыдамай оқудан шығарып алуы*, *баласының оқуды жалғастыруы* т.т. Осы ақпараттың бәрі бір сөйлемнің ішінде берілген, осындай мәтіндік құрылымдар жалпы әлеуметтік желі тіліне тән белгінің бір десек болады.

*8. Селф-промоутерлер (Self-promoters)* – риторикалық стратегияға жатады, тек өзі туралы, өз өмірі мен кәсіби қызметі туралы, жоспарлары мен жетістіктерін, шығармашылығын сөз ететін желі қолданушыларына тән. Танымал тұлғалар – саясаткерлер, музыканттар, спортсмендер, бизнес өкілдері, сондай-ақ өзін-өзі жарнамалаумен айналысатын көпшілік адамдарға тән әрекет.

*«ОРАЗАДАҒЫ 99 ШАҚЫРЫМ» ВЕЛОШЕРУІ*

*Ассалаумағалейкум, құрметті идеялас игі жақсылар!* 

*Осындай іске ниет етіп отырмын!* 

*Алла тағала қуат берсін деп тілеймін!* 

*Сіздер де тілекші болыңыздар!* 

*Құдай қаласа, 1 мамыр, жексенбіде, Оразаның соңғы 30-шы күні, сағат 11-де, астанадағы Әзірет Сұлтан мешітінің алдынан бастаймын*

*Келіңіздер, осы бастамаға жан-жақты қолдау көрсетіп отырған Қазақстан мұсылмандары Діни басқармасы жасаған үлкен баннердің алдында естелікке суретке түсеміз. Мотивация аласыздар деп сенемін*. 

[#толықадам](https://www.facebook.com/hashtag/%D1%82%D0%BE%D0%BB%D1%8B%D2%9B%D0%B0%D0%B4%D0%B0%D0%BC?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#tolyqadam](https://www.facebook.com/hashtag/tolyqadam?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#4D](https://www.facebook.com/hashtag/4d?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#4даму](https://www.facebook.com/hashtag/4%D0%B4%D0%B0%D0%BC%D1%83?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#4development](https://www.facebook.com/hashtag/4development?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#ораза](https://www.facebook.com/hashtag/%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B0?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#велосипед](https://www.facebook.com/hashtag/%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%B4?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#bike](https://www.facebook.com/hashtag/bike?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#cycling](https://www.facebook.com/hashtag/cycling?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#веломарафон](https://www.facebook.com/hashtag/%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%BE%D0%BD?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#fasting](https://www.facebook.com/hashtag/fasting?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#record](https://www.facebook.com/hashtag/record?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#рекорд](https://www.facebook.com/hashtag/%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B4?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI) [#bicycle](https://www.facebook.com/hashtag/bicycle?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZUCbFkC927TfvLVWzC68Mr7qs0aDSTpHZiQd2K3sZeRFQ381MP7b_Wx8VUzJQQXbpEcDhAyYCvgXctIhxxr7HNgFZf_6suoTT9mItpuPUWQq2n8NhGZ52BmVemYYe-zUPI)

Сельф-промоутерлердің тілінде есімдіктер (*мен, біз, бәріміз, барлығы*), бағалауыштық мәні бар сөздер, құрылымдар (*идеялас игі жақсылар, тілекші болу, жан-жақты қолдау көрсетіп отырған, бастама, мотивация*), етістіктер (*шақырамын, сенемін, тілеймін, бастаймыз, суретке түсеміз*), стандартқа айналған тілдік бірліктер (*керемет кездесу, тамаша отырыс, алғашқы қадам* т.т.) қолданылады. Сондай-ақ өзінің парақшасына аудиторияның назарын аударту мақсатында хэштегтерді жиі пайдаланады.

*9. Агрессорлар* (балама атауы – тролльдар) – мұндай адамдардың қарым-қатынас жасауына қарсы топтағы адамдарды мұқату (беделін түсіру) стратегиясы жатады. Ойдан шығарылған есімдерді қолдана отырып, арандату әрекеттерін жасауы мүмкін. Хабарламалар арқылы адамдар арасында қақтығыс туғызып, тіл тигізіп қорлайды, сөйлеу агрессиясын тудырады. Комментарийлерден мысал келтірсек:

*Мұндай өтірік тақырыпты сүмелек, саржағал БАҚ қояды* (мұқату);

*Мал тіліңе ие бол* (дөрекілік);

*Сасык. Жерине еге болып алсай. Озге елде. Нен бар. Санасы. Жауыздыкпен уланған. Оз. Ата-анасына. Жаксылық жасай алмайтын. Тексиз неме* (Кемсіту);

Немесе алаш зиялыларының есімін көше атауларына берілуін қолдамаған аудан әкімінің бейнежазбадағы орысша сөзіне жазылған комментарийлер:

– *Көшеге есімді де беру, асфальтті де жасау, т.с.с. қыруар міндеті бар ғой әкімнің... Неге сонша шүйлігіп отыр, Онамастикалық комиссия өз жұмысын атқарып отыр. Шаш ал десе бас алар десек, мынау шашты да ала алмайды, патшағар*!

– *ар намысты білмейтін – тексіздер, һайуаннан тезегі басқа жемейма – осындайларға*

– *не бәле мынау! Қай ел? Біздің елдің аудандары мемлекеттік тілде іс жүргізбей ме сонда? Өзге тілде тілі шыққан адамның өз еліне ешқашан бүйрегі бұрмайды, жаны ашымайды. Мынау соның дәлелі*

– *мәңгүр, ұлтсыз неме екен, сосын шыли дөрекі*

– *Шікірейген шенеунік* 

– *ай сорлы қазақ орысша сөйлесем бай, ақылды, данышпан болып көрінем деп* *(2022 ж. 4 желтоқсан)* <https://www.facebook.com/darkhan.umirbekov>

Әкімнің сөзін келемеждеу түрлі жолдармен берілген, тұрмыстық-қарапайым лексика *патшағар, тексіз, һайуанның тезегі, сорлы*, мақал-мәтелді бұрмалап алу арқылы, «Шаш ал десе бас алады» нұсқасының «шашты да ала алмайтындығын» тілге тиек ету, сұраулы сөйлемдердің ауызекілік интонациямен берілуі *Неге сонша шүйлігіп отыр*, *не бәле мынау* тәрізді, *бай, ақылды, данышпан* сапалық сын есімдерінің салыстыру мақсатында қолданылуы арқылы. Варваризмдер де (*лох, тупой, козел* т.т.) агрессорлар тілінде жиі ұшырасатын тілдік көрсеткіштердің бірі. Жалпы сөйлеу агрессиясы, сөйлеу мәдениетінің жұтаңдығы ғаламтор тілінде көп кездеседі, тіпті дөрекі тілмен сөйлесетін топтар да кездесіп жатады, кейде нақты желі қолданушысы мен жалған тролльдарды ажырату қиынға соғады.

Біз әлеуметтік желіде «Фейсбук батырлары», «ас үйдегі оппозиция» сияқты қолданыстарды жайдан жай қолданбаймыз, желінің анонимділігін теріс пайдалана отырып, қолданушыларды кемсітетін, қорлайтын, олардың ар-намысына нұқсан келтіретін, құқығына қол сұғатын жайттарға қарата айтамыз. Мұндай теріс пиғыл желідегі тіл мәдениетінің төмендеуіне әкеп соғады.

Осымен байланысты виртуалды қатынастың мынадай өзіндік ерекшелігін атап өтеміз: көрсетілген коммуниканттар типі нақты өмірдегідей шынайы болмауы мүмкін, өйткені жалған парақшалар болуы мүмкін, желіде кез келген жазбаны жоюға болады, ұнамаған желі қолданушыларын «қара тізімге» енгізуге болады, репост жасау мүмкіндігі бар, қысқасы, желіде қолданылатын стратегиялар мен тактикалар шынайы өмірдегі адамдардың әрекетіне сәйкес келмеуі де мүмкін.

Бұл адамдардың әлеуметтік желіде киетін «виртуалды бетпердесі» болатындығын көрсетеді. Виртуалды әлемдегі адамның бетпердесі қарым-қатынас үдерісін оңайлату үшін қызмет етуі де мүмкін, өйткені психологиялық кедергілер жойылады, адамның өзіндік «Мені» еркін сипат алады, «бостандыққа» шығады.

Виртуалды тұлғалар бір-бірімен қазіргі уақыт жасап отырған және дайындықсыз ауызекі тілдің ықпалына қатты бейімделген жазбаша мәтін арқылы қатынас жасайды. Демек, виртуалды шындықтағы тұлға мен мәтін тең қабылданады, соған сәйкес жазбаша «дыбысталатын» мәтіннің маңызы өсе түседі.

Соған қарамастан, виртуалды қатынаста да қолданушылардың стратегиясы мен тактикасы, соған сәйкес олардың коммуникативтік типтері өмір сүреді. Бұл тараушада біз соны айқындауға тырыстық, 3-кесте түрінде жоғарыда сөз болған жайттарды келесідегідей беруге болады.

Кесте 3 – Әлеуметтік желі қолданушыларының типтері және олар қолданатын қарым-қатынас стратегиялары мен тактикалары

|  |  |
| --- | --- |
| Қолданушы типтері | Қарым-қатынас стратегиялары мен тактикалары |
| Хабар таратушылар | Өзін-өзі таныстырудың риторикалық стратегиясы |
| Бақылаушылар | Прагматикалық стратегиялар семантикалықтан басым түсіп жатады, риторикалық стратегия қолданылмайды десе болады |
| Белсенді тілекшілер | Көмекші прагматикалық және риторикалық стратегиялар: сөйлеу тақырыбын қолдау, қошемет көрсету, субъектінің өзін-өзі таныстыруы |
| Селф-промоутерлер | Риторикалық стратегия, тек өзі туралы, өз өмірі мен кәсіби қызметі туралы, жоспарлары мен жетістіктері, шығармашы лығы туралы ақпарат ұсынады |
| Әңгімелесушілер | Диалогтік және прагматикалық стратегия, бастаманы бақылау арқылы әңгімені дамыту |
| Комментаторлар | Прагматикалық стратегия, қарым-қатынас жағдайына байла нысты қошемет көрсетуі де, немесе сынап тастауы да мүмкін |
| Мәселені шешушілер | Семантикалық стратегия, нақтырақ айтқанда, сендіру, талап қою, тілек-ұсыныстар, ескерту, тақырып болып отырған нысан ның сипаттамасы, оқиғаның дамуы туралы болжам жасау |
| АКА («аса көп ақпарат») | Өзін-өзі жарнамалаудың риторикалық стратегиясы шеңберінде монолог пен көпшілікке арналған жазбаларда (статус, коммен тарийлер) берілетін деректердің ара жігінің жымдасып бірігіп кетуі |
| Агрессорлар (тролльдар) | Қарым-қатынас жасау негізіне қарсы топтағы адамдарды мұқату (беделін түсіру) стратегиясы жатуы, адамдар арасында қақтығыс туғызу, тіл тигізу |

Қорыта келгенде, тілдік қатынас стратегиясына деген қызығушылықтың артуы, қатынас үдерісі кезінде мақсатқа жету тілдік қызметті жоспарламай, яғни стратегия мен тактикасыз мүмкін емес. Стратегияны қатынас шартына және коммуниканттарға, сондай-ақ осы жоспарды іске асыруға байланысты тілдік қатынасты жоспарлау деп түсінеміз.

Коммуникативтік стратегия негізіне коммуниканттардың қажеттіліктері мен уәждері жатады. Коммуникативтік тактика нақты тілдік қарым-қатынас үдерісінде практикалық тәсілдер жиынтығы ретінде қарастырылады, ол коммуникативтік ниет жиынтықтарымен сәйкес келеді. Мақсат – тілдік стратегиямен, ал ниет – тактикамен анықталады.

Диссертациялық жұмыста әлеуметтік желідегі қарым-қатынас арналарының іске асу сипатына қарай сөйлеу әрекетінің негізгі деген төрт стратегиялық бағытын ажыраттық: 1) байланыстық; 2) ақпараттық; 3) үйлестірушілік; 4) эмотивтілік.

Ал әлеуметтік желі қолданушыларының негізгі деген коммуникативтік типтері мынадай түрлерге топтастырылды: белсенді тілекшілер, мәселені шешушілер, комментаторлар, әңгімелесушілер, хабар таратушылар, бақылаушылар, АКА, селф-промоутерлер, агрессорлар. Жұмыста осылардың әрқайсысына тән қарым-қатынас стратегиялары мен тактикаларын ажыратуға тырыстық.

**2.4 Әлеуметтік желі қолданушыларының тілдік ғаламдық бейнесі**

Тіл білімінің даму тарихында дәстүрлі үш түрлі ғылыми парадигма өмір сүретіндігі белгілі. Олар: *салыстырмалы-тарихи*, *жүйелі-құрылымдық* және *антропоөзектік* [85].

Тілді зерттеудің арнайы әдісі салыстырмалы-тарихи әдіс болғаны бүкіл ХІХ ғасыр тіл білімінің алғашқы ғылыми парадигмасы ретінде сипатталады (Ф. Бопп, А. Мейе, Р. Раск т.б.).

ХХ ғасырда жүйелі-құрылымдық парадигмаға сай сөзге, атауға таңбалық жүйе ретінде ерекше назар аударылып, соның негізінде тілдің әртүрлі деңгейіндегі парадигмалық және синтагмалық қатынастарын, қызметі т.б. анықтайтын іргелі зерттеулер, оқулықтар және академиялық грамматикалар жазылды (Ф. Фортунатоа, Бодуэн де Куртенэ, Ф. Де Сосюр, А. Мартине, Э. Бенвенист, А. Реформатский т.б.).

ХХІ ғасырда жаңа теориялық-танымдық әдістемеге сәйкес тілді «өз ішінде және өзі үшін» қарастыратын иманентті зерттеу жеткіліксіз болып, оны ой-санамен, мәдениетпен және адамның тұрмыс-тәжірибелік қызметімен тығыз байланыста қарастыру қажеттігі туды. Осы қажеттілік тіл білімінде жаңа ғылыми бағыттың және соның негізінде қалыптасқан антропоөзектік парадигманың дамуын талап етті. Басқа сөзбен айтқанда, бұл тілді зерттеудің мүддесін объектіден субъектіге аудару, яғни адамды тіл арқылы және керісінше тілді адам арқылы анықтау [85, б. 39-40].

Жалпы дискурс тілдік тұлғаның ерекшелігін көрсететін дерек ретінде қабылданады, онда тілдік тұлғаның мынадай ерекшеліктері көрінеді: 1) сөйленіс деңгейі; 2) ұлттық таным деңгейі; 3) сөз қорыту, түсінік, ұғыну, мезіну деңгейі; 4) қоғамдық ойының сипаты; 5) интеллект деңгейі.

Дискурста *ғаламның тілдік бейнесі* немесе *әлемнің тілдік бейнесі* деп аталатын құрылым, өзіндік жүйе, ой көрінеді. «Ғаламның тілдік бейнесі» күрделі ұғымдық құрылым, оны әр зерттеуші өзінше шешеді. Қоршаған шындық болмыстың адам тілінде бейне құрап, адамның дүниені, әлемді көзі, тілі арқылы тани алатынын тұтас теория ретінде алғаш ұсынған неміс ғалымы Л. Вайсгербер болатын. В. фон Гумбольдтың тілдің ішкі формасы ілімін негізге алған ол *ғаламның тілдік бейнесі* ұғымына лингвопсихологиялық тұжырымдамаларды негіз етіп алады. Ғаламның тілдік бейнесі – индивидтің танымдық көзқарасын көрсететін тілдік бірлік, яғни эмпирикалық тәжірибелердің жиынтығы, аралас жүйедегі білім. Зерттеуші Ислам Айбарша былай деп жазады: «*Дүниенің тілдік суреті* адамның танымдық іс-әрекеті, ұлттық мәдениеті негізінде түзіледі және белгілі бір ұлт қауымдастығының өкілдеріне ортақ. Демек, дүние суреті дегеніміз – концептуалды (логикалық) және тілдік үлгілер формасымен берілетін мен тікелей байланысты дүние туралы білімдер жиынтығы» [86].

Белгілі бір ұлттың дүниеге, әлемге деген көзқарасы жеке және қоғамдық тілдік сана негізінде қалыптасады. Ғаламның концептуалды бейнесі әрбір адам санасында әртүрлі дәрежеде орын алып, тілде түрліше көрініс табады. Оны анықтаушы мәліметтер ретінде оның білімін, жас ерекшелігін, өмірлік тәжірибесін, әлеуметтік жағдайын, өмірге деген психикалық көзқарасын, өмір сүрген кезеңін т.б. атауға болады. Этнос мүшелерінің ғаламға немесе дүниеге деген өзіндік концептуалды және логика-философиялық көзқарасының болуы табиғи құбылыс. Кез келген ұлттық тілде сол тілде сөйлейтін халықтың ғалам бейнесі бекиді, бекіп қана қоймай, тілдің әр мүшесіне танылатын, барлығына бірдей міндетті ұжымдық философия, дүниетанымдық көзқарастар жүйесі, білім жиынтығы түрінде жалғастық табады, тілдік ғаламның бейнесі тіл қатпарларында түзіледі.

Тілді қолдана отырып, сөздерден құралатын сөйлем арқылы адамдар әртүрлі заттар мен құбылыстардың мәнін ашады, олар туралы жинаған білімін жеткізеді. Таным адам арқылы жүзеге асады, ал адамда белгілі бір себептермен теріс ұғымдар мен түсініктер қалыптасуы, адамдар арасында дұрыс емес ақпараттар алмасуы мүмкін. Осылайша әлемді тануда қателер мен адасулар да болады. Демек, адам санасында дүние суреті үнемі дұрыс бейнеленеді деуге болмайды, тіпті сезімдік танымның өзі заттар мен құбылыстарға тән объективті қасиеттермен салыстырғанда жұпыны болып келеді. Себебі адамның сезім мүшелерінің әрқайсысының өзіне тән атқаратын шектеулі қызметтері бар. Сондықтан олар шындықты толықтай бейнелей алмайды. Басқаша айтқанда, заттар мен құбылыстардың қыр-сырын толықтай білуге адамның қарапайым ойлауының шамасы жете бермейді. Соған қарамастан қоршаған әлемді біршама дұрыс қабылдаудың, жіберілген қателіктерді жөндеудің, адамның әлемді меңгеруінің мүмкіндіктерін арттырудың, заттар мен құбылыстардың өзіндік қасиеттері мен заңдылықтарын терең танудың құралы етіп адам баласы ғылым мен жинақталған өмірлік тәжірибені таңдайды.

Әлемдік тіл білімінде *ғаламның тілдік бейнесіне* (ҒТБ) орай берілген анықтамалар өте көп, әр анықтамада осы ұғымның жекелеген жақтарына назар аударады, солардың бәрін жинақтап келгенде, ҒТБ анықтамасының екі жағын көруге болады: кең және тар мағынада берілген анықтамалар.

Кең мағынадағы анықтамалар мынаған саяды: тіл – адамның ғалам туралы білімдерін қалыптастыратын және олардың өміршеңдігінің ең бір маңызды тәсілі. Адам өзінің қызмет үдерісі барысында объективтік дүниені айқындап, тілдік бірліктер арқылы таным нәтижелерін тіркейді. Тілдік формаларда берілген білімдердің жиынтығы түрлі концепцияларда түрліше аталып жүр: «тілдік аралық әлем» (В.И. Абаев), «ғаламның тілдік репрезентациясы» (Т.М. Дридзе), «ғаламның тілдік үлгісі» (В. Гумбольд), «ғаламның тілдік бейнесі» (Б.А. Серебренников) және т.б. Ақиқат болмыс көрінісі ретіндегі ғалам бейнесі мен ҒТБ арасында күрделі қатынастар болады.

Тар мағынадағы анықтамалар ҒТБ дегеніміз – белгілі бір тілдік ұжымның қарапайым санасында тарихи қалыптасып, ғалам жайындағы көзқарастар жиынтығының тілдегі көрінісі дегенге саяды [87].

Диссертациялық жұмыста ҒТБ-ға берілген мына анықтаманы негіз етіп аламыз: ҒТБ – адам санасында өмір сүру тәжірибесі арқылы қалыптасып, соның әсерінен тілдік өзгеріске түсіп, дамып отыратын ақпараттар жүйесі.

Әлеуметтік желілерде ҒТБ желі ұсынатын ақпараттардан, желіге тән негізгі ұғымдардан көрінеді.

Әлеуметтік желілерде жарияланатын ақпараттарды санаттау немесе категорияға бөлу Hashtagging арқылы жүзеге асырылады. Бұл сөз ағылшын тіліндегі hashtag сөзінен шыққан, қазақша «ен», «таңба» деген ұғымды білдіреді, сондықтан *хештэг* сөзін «заттаңба» деп қазақшалау да кездеседі. Қазақ тілінде *тегтеу*, *тегтеңіз* деген қолданыс та пайда болды. # торы белгілі бір ғаламтор платформаларының алдына қойылатын символ.

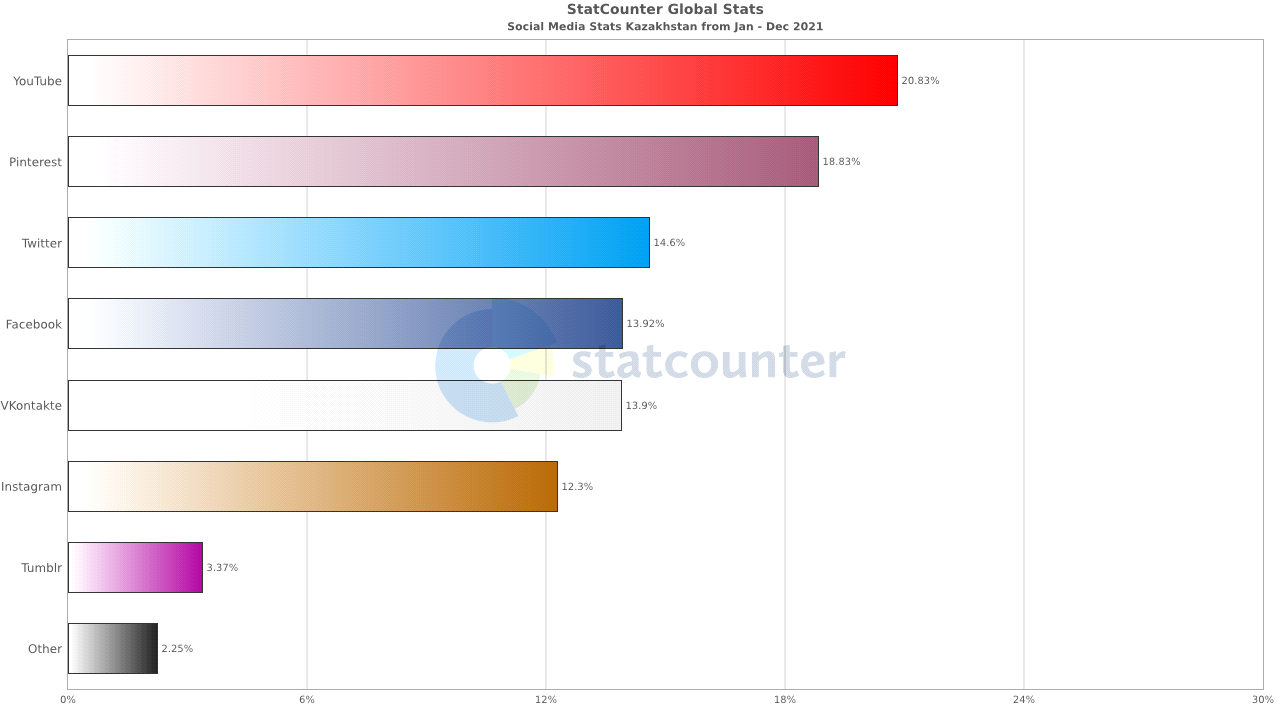
Хештэгтер әлеуметтік желілердегі жарияланымдарды (мәтін, видео, аудио, сурет т.т.) тақырыбына немесе мазмұнына сәйкес жүйелеу, топтау, жіктеу үшін қолданылады. Желі қолданушылар хабарламаларды тақырыбы немесе мазмұны бойынша хештэгті қолдану арқылы – # тордан басталатын кілт сөздерді қолданып жазады, мысалы: #өнер, #техника, #күлкілі әңгімелер т.т. Бұл қызмет түрі желі қолданушылар үшін өзекті тақырыпты, оқиғаны, сол мезетте жүріп жатқан белгілі бір науқанды қадағалап отыруға пайдалы.

Хештэгтер танымал әлеуметтік желілерде түрліше қолданылады. <https://gs.statcounter.com/> сайтының деректеріне сүйенсек, Қазақстанда 2023 жылғы ең танымал сайттар мыналар (4-сурет).

Instagram-да нақты хештэг бөлімі жоқ, сондықтан желі қолданушылар оны орналастырудан бұрын тақырыпқа хештэгтер қосады. Оны орналастырғаннан кейін # торы бар кез келген сөз көк түске айналады. Мұнда хештэгтер түсіндіру жұмыстарына, өзара байланысты арттыру және ұсыныстар үшін пайдаланылады.

Facebook сайтында хештэгтерге арналған арнайы беттер бар. Желідегі пост құпиялылығына байланысты хештэгтердің көпшілікке жария етілуі үшін Public-ті орнату қажет. Twitter – ашық платформа болғандықтан, бұл жерде хештэгтерді қолданудың үлкен мүмкіндігі бар.

Хештэг қызметі пайда болған кезде (2015 жылғы 11 қараша) әлеуметтік желілерде ең көп талқыланған оқиғалар «Fallout 4 ойыны», актер Джеймс Бонд түскен жаңа фильм, Charlie Hebdo журналындағы каррикатура т.т.

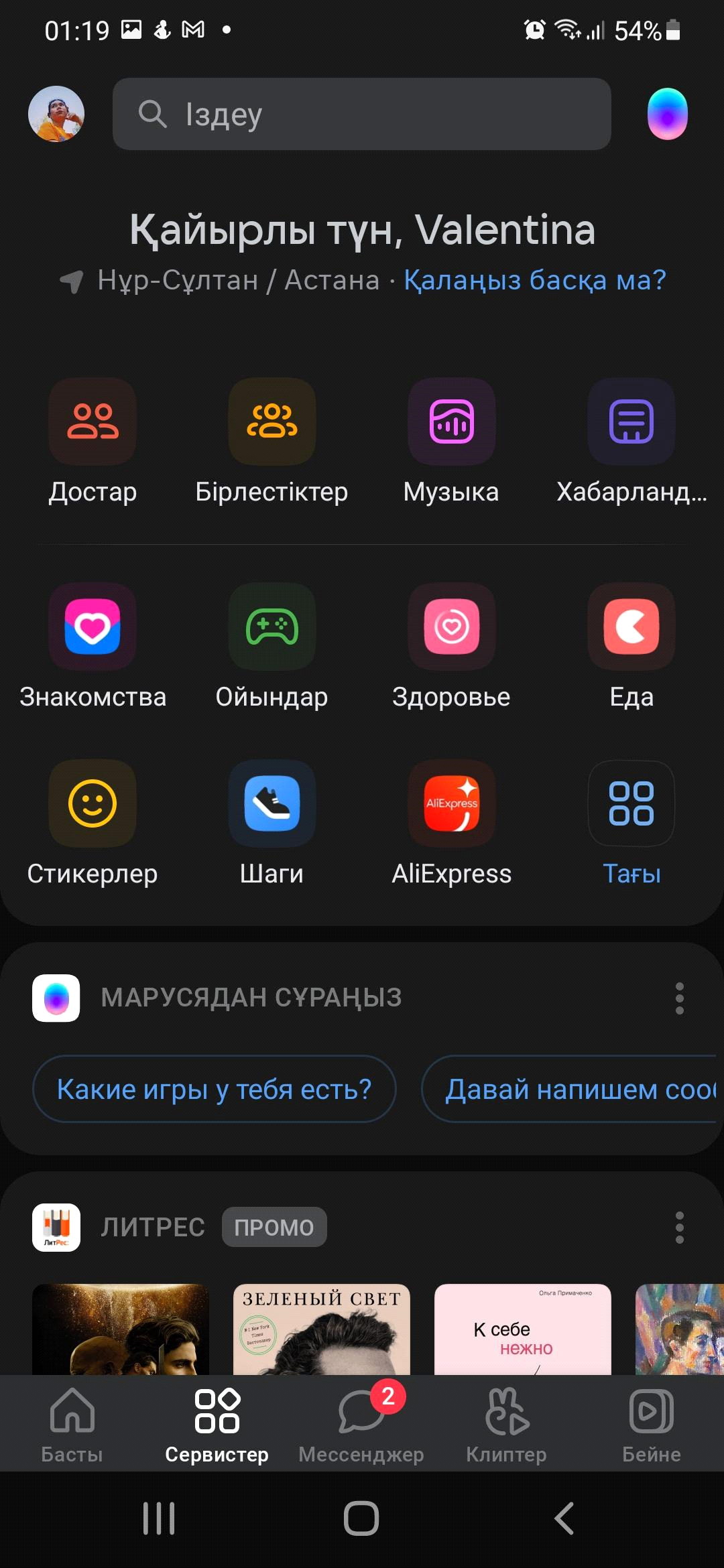
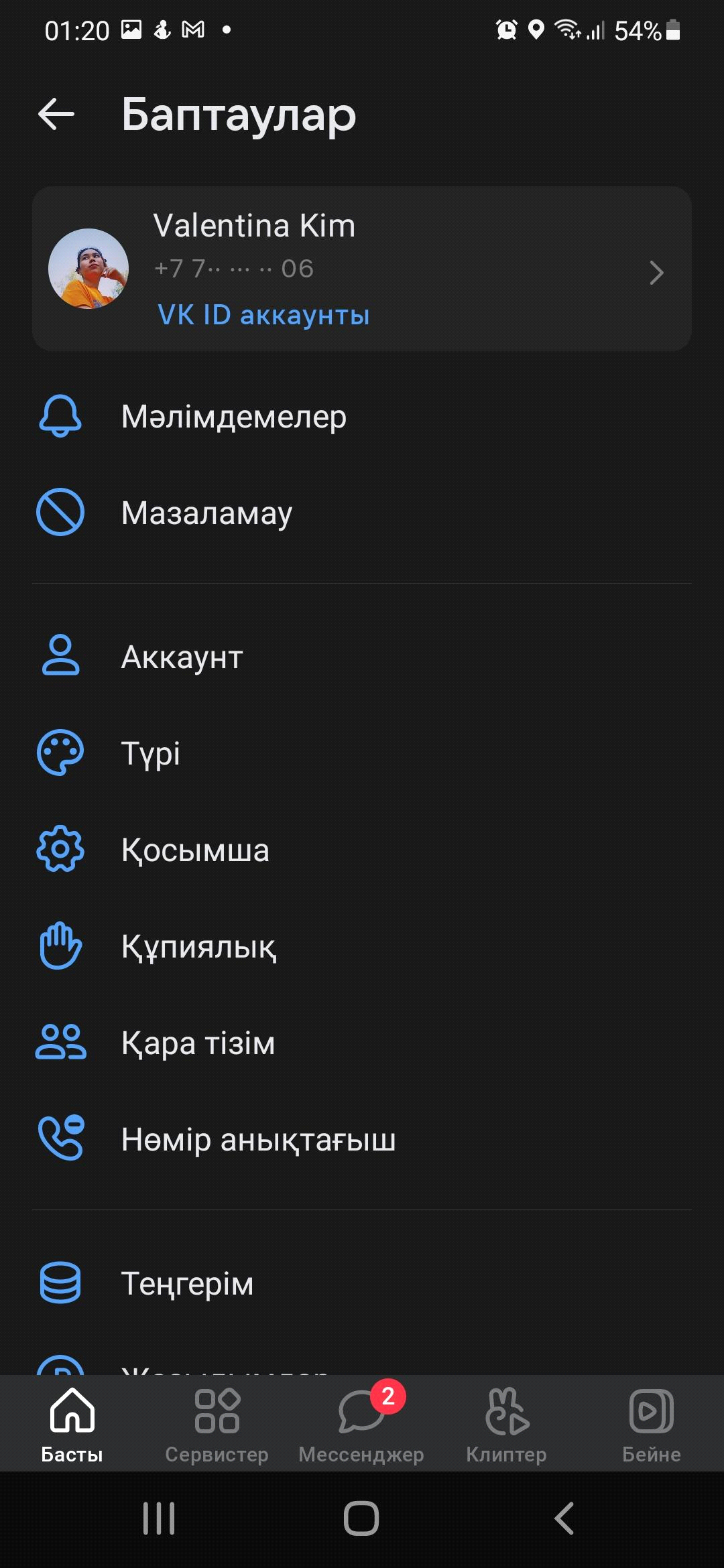
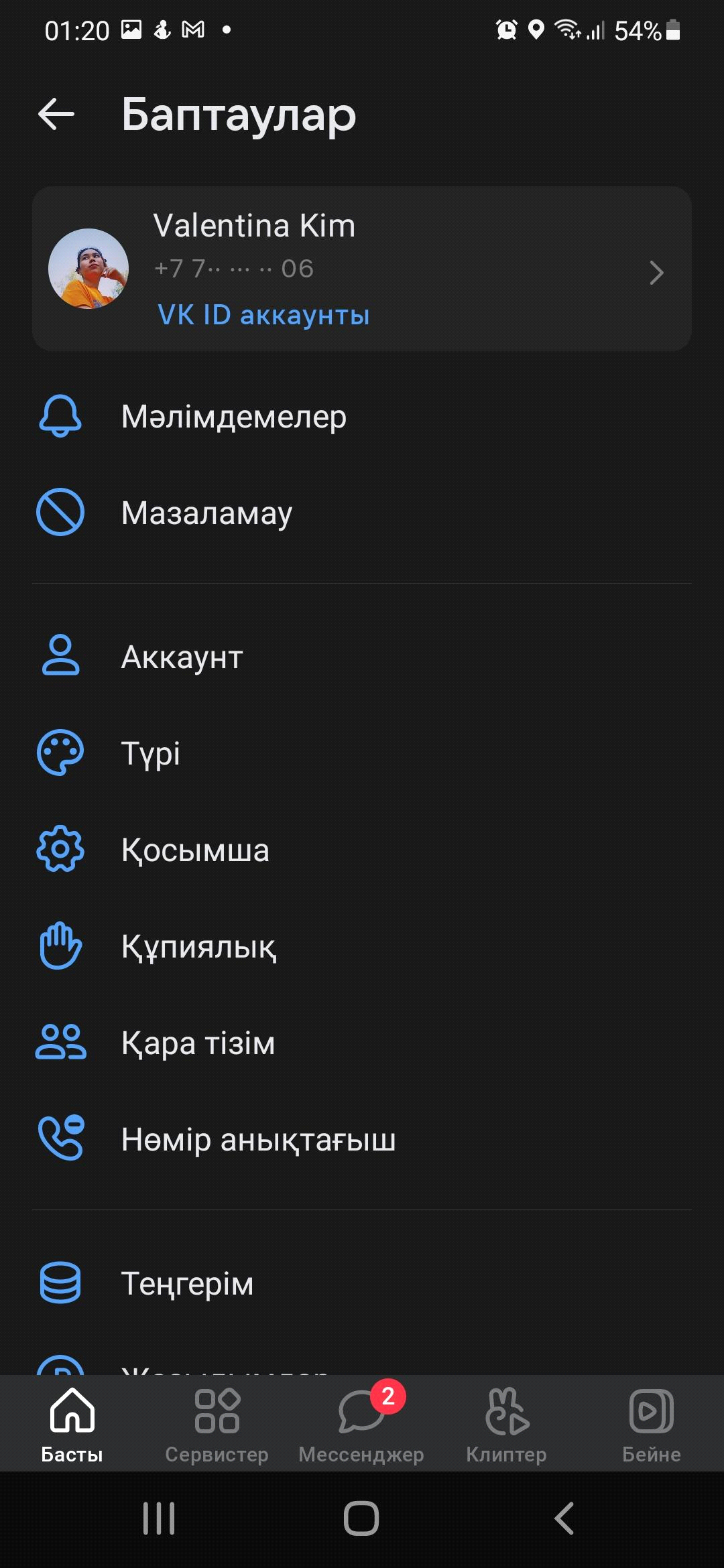


Сурет 4 – Қазақстандағы ең танымал онлайн платформалар

Ескерту – Әдебиет негізінде құралған [88]

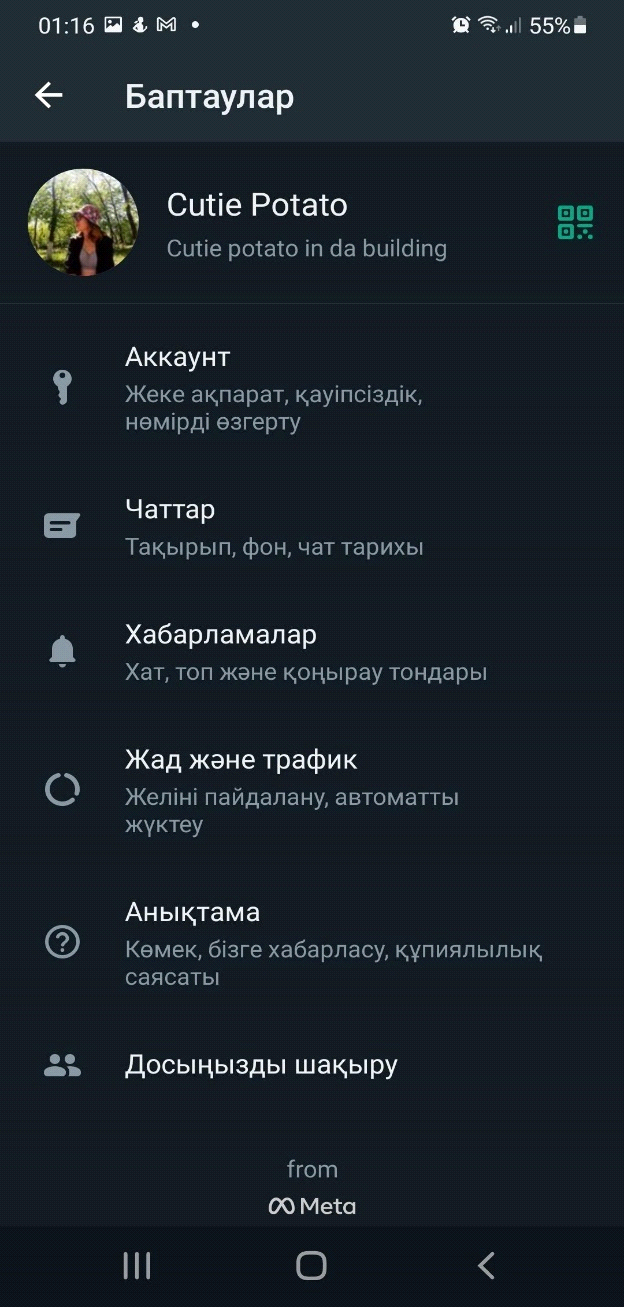
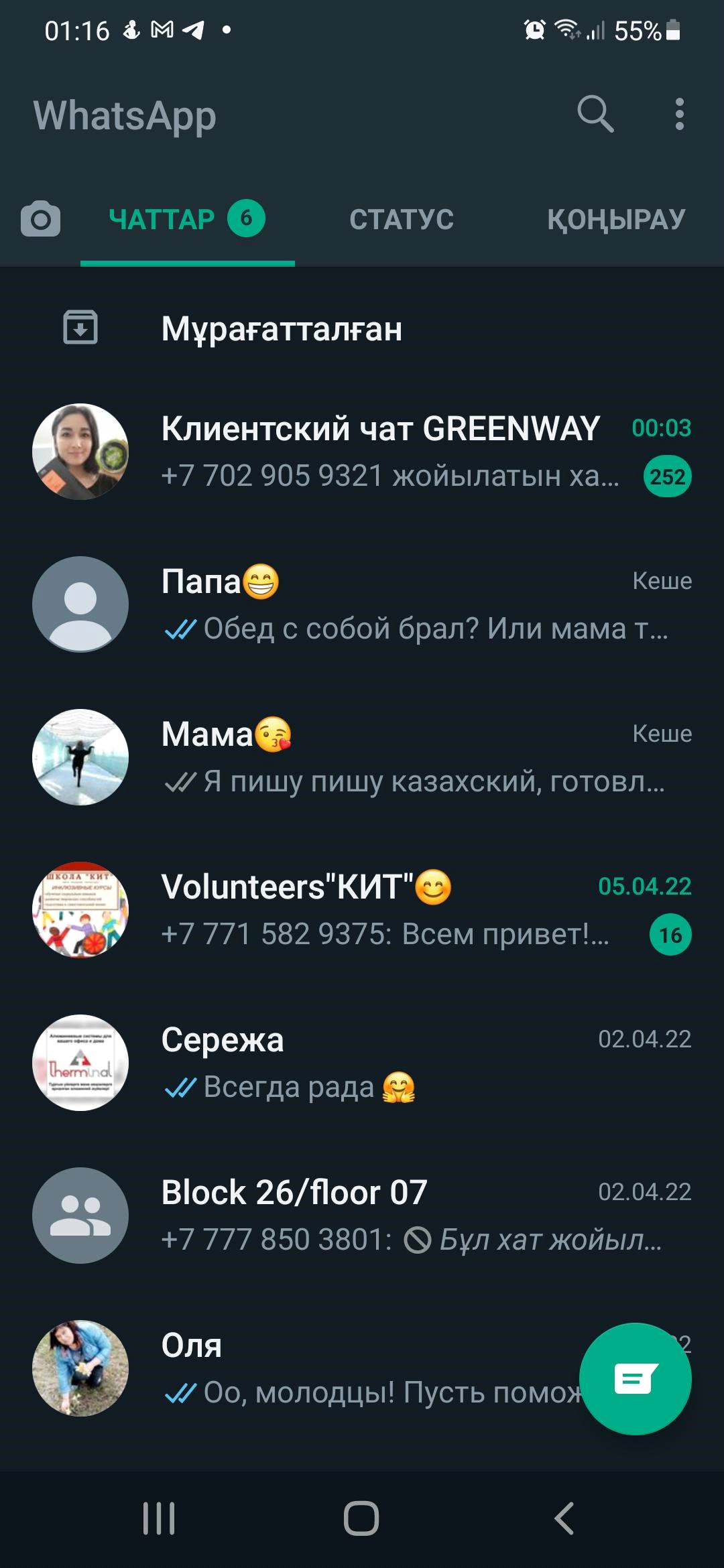
Желі қауымдастығы өзінше лингвомәдени қауымдастықты құрайтындықтан, аталған ұғымдар ондағы ғалам бейнесін айқындайды. Жалпы әлеуметтік желідегі ғалам бейнесі өзгермелі, жылдам өзгеріп тұратын құбылыс.

Әлеуметтік желідегі қазақтілді ғалам бейнесін қалыптастыруда желі интерфейстерінің қазақшалануы да үлкен рөл атқарады. Төменде қазақшаланған интерфейстері бар желілер келтірілді (5, 6-суреттер).

а ә б

Сурет 5 – ВКонтакте әлеуметтік желі интерфейсі

а ә

Сурет 6 – WhatsApp мессенджер интерфейсі

Келтірілген интерфейстерде әлеуметтік желілерге тән негізгі тірек ұғымдар қатысады: *достар*, *бірлестіктер*, *ойындар*, *танысу*, *жаңалықтар*, *қара тізім*, *денсаулық* т.т.

Аталған сөздер желі әлемінің өзегін құрайды, олардың мағыналарында жеке тілдік тұлға үшін де, сондай-ақ лингвомәдени қауымдастық үшін де маңызды ұғым бар. Айталық, *достар, танысу, бірлестіктер* сөздерінде адам өмірі үшін қажет қарым-қатынас, байланыс, өзара көмек т.т. мәндер байқалса, *жаңалықтар* елімізде және әлем бойынша болып жатқан оқиғаларға деген желі қолданушысының қызығушылығын көрсетеді.

*Паблик* – бұл жалпыға қолжетімді парақша беті. Парақша тек қолданушыға ғана емес, басқаларға да ашық болады. Желі қолданушысы өзіне қажет ақпараттарды ғана емес, жақын араласып, сөйлесетін адамдарды да таба алады.

Жалпы қазіргі БАҚ құралдарында жиі қолданылатын «паблик рилейшнз» тіркесі «жұртшылықпен байланыс» деген мағына білдіреді. Қазіргі басқару қызметінде мұнсыз жұмыс істеу мүмкін емес. Басқару, ұйымдастыру, қоғаммен тікелей байланыс жасау салаларында бұл ұғымның маңызы зор. Көптеген зерттеушілер PR-ді стратегиялық коммуникация деп санайды. PR әсіресе саяси дискурс үшін белгілі бір мақсатқа қол жеткізуде қоғамдық санаға әсер ететін басты құрал. Б.С. Ахатованың ойынша, саяси коммуникация мынадай құрамдас бөліктерден тұрады: 1) саяси PR; 2) саяси үгіт-насихат; 3) саяси жарнама [89].

*Мемдер* – әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін және жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған мәдени код.

*Парақша* – ағылшын тіліндегі page (орысша «страница») сөзінің қазақша баламасы, бет, парақша, виртуалды парақша, пайдаланушы контентін құрайтын (мәтін, сурет, аудио, видео т.т.) ресурс. Бұрын *кітаптың парағы*, *дәптердің парағы* мағыналарында қолданылатын сөз семантикалық тәсіл арқылы өзіне жаңа мағына жүктеп, «ғаламтор сайты», «қолданушы орны» мәндеріне ие болды: *Ал сіз әлеуметтік желілерде белсенді емессіз,* парақшаңыз *да, салыстырып айтқанда, «боп-бос»*; *Ерлан аға, жақында Әміре туралы ән жаздырғаныңызды әлеуметтік желідегі* парақшаңыздан *оқып, тыңдап үлгердік*;

*Парақша* сөзінің тіркесімділік әлеуеті де кеңейді: *парақша ашу*, *парақшаны қорғау*, *парақшаны жою*, *ғаламтор парақшасы/интернет парақша*, *парақшаға қосу*, *парақшаға тіркеу*, *жалған парақша*, *веб-парақша* т.б. Бұрын *кітаптың парағы*, *дәптердің парағы* тек үшінші жақта тәуелденетін сөз қазіргі кезде *менің парақшам*, *сенің парақшаң*, *сіздің парақшаңыз*, *оның парақшасы* болып жекеше, *біздің парақшамыз*, *сендердің парақшаларың*, *олардың парақшалары* күйінде көпше түрде тәуелденетін болды.

*Парақша* сөзі қоғамдық санаға сіңгендігі соншалық, ақындар осы сөзге қатысты өлең жолдарын да арнайды:

Әлеуметтік желідегі парақша...

Бақытыңды бергендей боп тосыннан,

Уақытыңды жатқан сенің тонап сан.

Əлеуметті алдау үшін ашылған

ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ ПАРАҚШАҢ.

Қайғың да бар бір басыңа жететін,

Көрінгенмен көпке жан боп бағы асқан.

Сені "мінсіз" жəне "мұңсыз" ететін,

ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ ПАРАҚШАҢ.

Шетелдерде дем аласың ай жүріп,

Ал, жарлыға бөліп берер жоқ ақшаң.

Сірə, сені көрсететін бай қылып

ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ ПАРАҚШАҢ.

Кəрілікті мойындайтын кезіңнен

Қашқақтайсың, суретіңе қарап сəн.

"Жап-жассың" деп алдайды арзан сезіммен,

ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІДЕГІ ПАРАҚШАҢ... (Қалқаман Сарин).

Осындай мағыналық өзгерістерді *дос* сөзіне қатысты айтуға болады. Ғаламтордағы «достықтың», «достасудың» пайда болуымен бұл сөздің де мағынасымен қоса тіркесімділік қабілеті де артты. Әдеттегі «сырлас, жора-жолдас, жақын адам» деген мағына беретін *дос* ғаламторда «мүдделес адамдардың, жалпы қызығушылығы ортақ адамдардың одағына» айналды. Егер «сырлас» сөзі етене жақын адамдарға ғана қолданылса, ғаламтордағы *достық* таңдаулы топ мүшелеріне қатысты қолданылады. Ғаламтор *достықты* былайша топтайды: «Таңдаулы достар» (Лучшие друзья), «Туыстар» (Родственники), «Әріптестер», «Мектеп достары», «ЖОО-дағы достар». Желідегі «Достарды» сұрыптау мүмкіндігі бар, «Қара тізімге» енгізуге болады. Осымен байланысты *достыққа қосу*, *достық қабылдау*, *достықты жою*, *достықтан бас тарту*, *мүмкін достар* (возможные друзья), *желідегі достық*, *достықтан шығару*, *достыққа сұрану*, *достыққа шектеу қою* тәрізді т.т. тіркестер пайда болды. Бұл тіркестертен әдеткі *дос* сөзінің мағынасындағы «етене жақын адам» мәні ысырылып, эмоционалды тұрғыдан «жансызданып» басқаша сипат алғандығын көреміз. Ғаламтордағы *достық* – жақсызданған, «ақпарат көзі», «байланыс», «қызық парақша», «сілтеме» мәндеріне ие реңк алды.

Осындай мағыналық дамуға ұшыраған желі ұғымдарының қатарына қазақ тіліне сіңісіп кеткен *статус, репост* сияқты орыс тілі сөздерін де жатқызуға болады. Олардың кейбірі қазақшасымен жарысып қолданылады, мысалы: *лайк – лүпіл, подписчик – жазылушы* т.т.

Лексиканың осылай дамуы арқылы ғалам бейнесінің «желілік» нұсқасы (ЖҒБ) қалыптасады. Ғаламтордың, әлеуметтік желінің күнделікті өмірімізге, қоғамдық салалардың барлығына дендеп енуі бұл үдерісті тездетті. Желі қолданушылар саны күннен күнге артып келеді, әрине, жұрттың бәрі белсенді қолданушыға айналмаса да, көп адамның аккаунттары бар, желідегі ақпаратпен, жаңалықтармен танысу олардың күнделікті әрекеті.

Қазақ тілі ғаламтор тілі ретінде өзінің қолданысын кеңейтіп қана қоймай, қазіргі қоғамдық тәжірибедегі ақпараттар жүйесін беретін және сол арқылы қоғамдық санадағы тілдік тәжірибе ретінде қалыптасады.

Желі қолданушысы Айбар Олжаев қазақ тілінің Apple жүйесіне енгізілуін қуана хабарлайды: «Қазақ тілі енді ешқашан өлмейтін болды және барлық дағдарысты еңсеріп шықты. Себебі, әлемдік бизнес процестерде қазақ тілін елеу, санасу трендтері басталып кетті. Apple өзінің IOS операциялық жүйесіне қазақ тілін системалық тіл қылып енгізіп отыр. АҚШ ішкі жалпы өнімінің 6 пайызын беріп отырған Apple әлемде Saudi Aramcoдан кейінгі ең қымбат компания. Ал Iphone – ең атаулы смартфон. Қазақ тілінің оған ілінуі – оның болашағына деген халықаралық сенімнің белгісі.

Жалпы мамыр-маусым (*2022 ж. – З.К.*) айлары қазақ тіліне көптеген жақсы жаңалықтар алып келді. Apple-ді айттық, одан бөлек, Nickelodeon қазақшаға ауысты. Қазақтілді коммуникация маманы болғандықтан, биылдан бастап тілі қазақшаланбаған көптеген әлемдік ірі бренд, компаниялар тарапынан кеңес сұрау, аудиторияның ерекшеліктерін білуге деген сұраныстар көбейді. Сондықтан, тренд дегенде – мен шынымен де көзбен көріп, қолмен ұстаған нәрсемді айтып отырмын».

Автордың ойымен толық келісеміз, мұндай әрекеттер қазақ тілін бүгінгі технология тіліне айналдыруда көп көмегі бар.

Қорыта келгенде, ҒТБ – адам санасында өмір сүру тәжірибесі арқылы қалыптасып, соның әсерінен тілдік өзгеріске түсіп, дамып отыратын ақпараттар жүйесі. Қазіргі қоғам өмірінде ғаламтордың, әлеуметтік желілердің белсенді қолданылуымен байланысты *желілік ғалам бейнесі* (ЖҒБ) қалыптасып отыр. ЖҒБ желі ұсынатын ақпараттардан, желіге тән негізгі ұғымдардан көрінеді. Қазақ тілі лексикасы мағыналық даму арқылы «желілік» сипат алып, өзгерістерге ұшырауда. Қазақтілді желілік ғалам бейнесінің кеңейе түсуі әлеуметтік желі интерфейстерінің қазақшалануына да байланысты. Жалпы алғанда, қазақтілді әлеуметтік желілердің шынайы дерек ретінде тілде қолданыс табуы, оның мәдениеті, әлеуметтік желідегі сөйлеу этикеттері, оған қарама-қайшы құбылыстар (фейк, троллинг тәрізді жанрлар), соның барлығы желілік ғалам бейнесін қалыптастырады.

**Екінші бөлім бойынша қорытынды**

Әлеуметтік желінің тілі өзіндік ерекшеліктерге ие, оның ауызша әрі жазбаша формада көрініс табуы аталған екеуінің де белгілерін өзіне қосқан стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, табиғатының жылдамдығымен сипатталады.

Бұл тарауда әлеуметтік желі тілінің лингвостилистикалық ерекшеліктері ретінде коллоквиализация, экспрессивтілік, көпкодтылық және желі тіліндегі сөйлеудің тұрпайылануы мен арзанқолдылығы, уәжсіз көптілділігі аталады. Бұл белгілердің әрқайсысының көріну жолдары, тілдік деңгейлерге әсері сөз болады.

Коллоквиализация ұғымы ауызекі сөйлеу тіліне тән сөздердің әдеби нормаға енуін білдіреді. Әлеуметтік желіде жазбаша тіл басым, алайда соған қарамастан желі қолданушылар ауызекі сөйлеуге тән тілдік бірліктерді қолдануға ұмтылады. Әлеуметтік желі тілінде экспрессивтілік түрлі амалдармен, тәсілдермен беріледі. Желі қолданушылары қарым-қатынаста белгілі бір мақсатты көздей отырып, өз сөздерін айқын, мәнерлі, күшті әсер ететіндей етіп шығаруға тырысады. Ерекше орынды сөз құбылту (эрративтерді пайдалану, сөз шығармашылығы т.т.) алады, экспрессивтілік жеке қолданушыларға ғана емес, жалпы желі қауымдастығына тән. Әлеуметтік желідегі мәтіндер тек табиғи тілдік бірліктерден емес, графикалық, шрифтік, визуалды іспеттес құралдардан тұрады, бұл өз кезегінде желі тілінің көпкодтылығын айқындайтын белгі. Көпкодтылық мәтін мағынасын түсінуге тілдік бірліктермен бірлесіп қызмет етеді. Әлеуметтік желілердегі қарым-қатынастың кейбір ерекшеліктері сөйлеу мәдениетінің дөрекіленуі мен арзанқолдылық, жұтаңдық сипат алуына соқтырып отыр. Өзге тілдің элементтерін орынсыз араластырып сөйлеу уәжсіз көптілділікті көрсетеді. Қазіргі әлеуметтік желідегі қарым-қатынасқа тән тілдік ерекшеліктер ретінде осылар баяндалды.

Әлеуметтік желі қатынасындағы сөз болған лингвостилистикалық ерекшеліктердің тілдік деңгейде көрінуі әртүрлі сипатта. Коллоквиализация мен экспрессивтілік шамамен тең дәрежеде лексика, фразеология, морфология деңгейінде көрінсе, фонетика бойынша азырақ деңгейде байқалады. Көпкодтылық пен сөйлеудің тұрпайылығы, жұтаңдығы және арзанқолдылығы, уәжсіз көптілділік лексика мен фразеологияда байқалады. Бұдан әлеуметтік желі тілі әсіресе лексикада көп өзгерістерге ұшырайтындығы, басқа тіл деңгейлерімен салыстырғанда лексиканың ерекше көзге түсетіндігі нақты көрінеді.

Әлеуметтік желілердегі прагматикалық аспект желі қолданушыларына сайт ұсынатын техникалық мүмкіндіктермен тығыз байланысты.

Әлеуметтік желілердегі өзін-өзі таныту (кейде ол жарнамалауға ұласып жатады) мультимедиялық жолдармен де, тілдік бірліктер арқылы да беріледі. Адамдардың әлеуметтік желіге жүгінуінің басты себептері: 1) қарым-қатынас, байланыс жасау қажеттілігі; 2) ақпарат алмасу, ақпаратты алу, бөлісу, тарату, жарнама жасау, құлақтандыру, хабарландыру, қоғамдық пікір қалыптастыру, пікірталас жүргізу; 3) өзін өзі таныстыру, көрсету, жарнамалау. Әлеуметтік желілер бұл мақсаттарды жүзеге асыру үшін мынадай қызмет тетіктерін ұсынады: хабарлама жіберу, жаңалықтар, қауымдастық құру, аватар, статус, сурет (фото) және бейнематериалдар салу мүмкіндіктері, қолданушылардың жеке ақпаратына арналған бөлімдер.

Диссертациялық жұмыста әлеуметтік желідегі қарым-қатынас арналарының іске асу сипатына қарай сөйлеу әрекетінің негізгі деген төрт стратегиялық бағытын ажыраттық: 1) байланыстық; 2) ақпараттық; 3) үйлестірушілік; 4) эмотивтілік.

Ал әлеуметтік желі қолданушыларының негізгі деген коммуникативтік типтері мынадай түрлерге топтастырылды: белсенді тілекшілер, мәселені шешушілер, комментаторлар, әңгімелесушілер, хабар таратушылар, бақылаушылар, АКА, селф-промоутерлер, агрессорлар.

ҒТБ – адам санасында өмір сүру тәжірибесі арқылы қалыптасып, соның әсерінен тілдік өзгеріске түсіп, дамып отыратын ақпараттар жүйесі. Қазіргі қоғам өмірінде ғаламтордың, әлеуметтік желілердің белсенді қолданылуымен байланысты *желілік ғалам бейнесі* қалыптасып отыр. Бұл желі ұсынатын ақпараттардан, желіге тән негізгі ұғымдардан көрінеді. Қазақ тілі лексикасы мағыналық даму арқылы «желілік» сипат алып, өзгерістерге ұшырауда. Қазақтілді желілік ғалам бейнесінің кеңейе түсуі әлеуметтік желі интерфейстерінің қазақшалануына да байланысты.

**3 ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІНІҢ ТІЛДІК-БЕЙВЕРБАЛДЫЛЫҚ ТҰРҒЫДАН ТҮРЛЕНУІ**

**3.1 Бейвербалды амалдардың әлеуметтік желі тіліндегі ерекшеліктері**

Әлеуметтік желі қазіргі таңда бұқараға ықпал етудің пәрменді құралына айналды. Оның адам санасына әсер етіп, қоғамдық пікір қалыптастыратын, түрлі мазмұндағы ақпараттарды тез тарататын, адам әрекетінің белсенділігін арттыратын мүмкіндігі де мол. Әлеуметтік желіде мұндай қызметті тілдік (вербалды) және тілдік емес (бейвербалды) амалдар атқарады.

Әлеуметтік желілердегі тілді пайдаланудың негізгі факторларының бірі – тілдік үнемдеу құбылысы. Тілдік үнемдеу тілдердің барлығына тән болып келеді. Ол ойды, пікірді толыққанды жеткізу қағидасына қарама-қарсы құбылыс. Сонымен бірге тілдік үнемдеу – адамның менталды қызметінің нәтижесінің бірі. Зерттеушілер үнемдеу құбылысының тілдік жасалуына назар аударып жүр, тілдегі тарихи дамудың нәтижесі ретінде табиғи жолмен емес, адамның қатысы арқылы коммуникативтік мақсаттар үшін жасанды түрде пайда болған сөзжасамды қарастырады [90].

Сонымен бірге үнемдеу көп жағдайда бейвербалды құралдар арқылы беріледі. Кез келген қарым-қатынас тілдік қатынасқа қоса қосалқы қызмет атқаратын бейвербалды амалдарды қажет етеді, олар дауыстың құбылмалы реңктерінен, тембрінен, қарқындығынан, қимыл-әрекеттерден, дене қимылдарынан, бет-әлпеттегі өзгерістерден құралады. Бұлардың әрқайсысы адресант пен адресат арасындағы қарым-қатынастың мақсатын ашады, бір-бірін жете түсінуге мүмкіндік жасайды.

Осыған орай қарым-қатынас кезінде тілдік амал-тәсілдермен қатар паратілдік құралдар – бейвервалды элементтер де ғаламтор желісінде кеңінен қолданылады.

Өйткені сөйлеу тілі – ақпарат берудің, ақпарат жеткізудің сан түрін, тілдік және тілдік емес, тілден тыс өзге де арналарын, олардың әрқайсысына тән өзіндік ольфакторлық, тактильдік, көзбен көруге болатын, құлақпен еститін т.б. амалдары мен тәсілдерін тәжірибеде пайдалануға болатындығымен ерекшеленетін күрделі құбылыс [91].

Қазіргі кезде ғаламтордың күнделікті тұрмысымызға дендеп енуі Интернет-қатынас тіліндегі бейвербалды амалдарды көбейтті әрі оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті.

Интернет-қатынастың бейвербалдылыққа шындап бет бұруы таңбалау құралы ретінде эмотикондардың, графикалық және креолдылықтың пайда болуымен сипатталады, демотиваторлар, мемдер, комикстер т.т. таңбалар бейне бір «вирус» тәрізді ғаламтор мен әлеуметтік желілерде кеңінен тарап кетті. Уақыт өткен сайын олар қамтитын тақырыптар да, образдар да көбейе түсуде.

Қазіргі уақытта Интернет-қатынастағы бейвербалдылық түрлері негізінен мыналар:

– эмотикондар;

– стикерлер;

– демотиваторлар (қара түсте орнатылған және түсініктемесі бар сурет);

– эдвайс (интернет-плакат);

– интернет-комикстер;

– құттықтау хаттары;

– Интернет-мемдер.

Диссертациялық жұмыстың осы тарауында біз осылардың кейбіріне тоқталамыз, дегенмен жалпы бейвервалдылыққа қатысты қазақ тіл біліміндегі зерттеулерге шолу жасай кеткен жөн деп санаймыз.

Қазақ тіліндегі бейвербалды амалдарға алғаш көңіл аударған зерттеушілердің бірі ретінде Жүсіпбек Аймауытұлын атаймыз. Ж. Аймауытұлы «ым» мен «ишараға» байланысты ойларын адам психологиясымен байланыста қарастырып, «Псиқолоғия» атты еңбегінде өз пікірін білдіреді. «Келбет көрсең, ісін сұрама» деген қазақтың нақыл сөзін келтіреді. Еңбекте «келбет ілімі», «беттің ымы» туралы алғаш сөз қозғалады. Ол мимикаға *бет құбылысын*, *маңдайдың қатпарын*, *маңдайдағы сызықтарды*, *көз қарасын*, *танау*, *мұрынның желбіреуін*, *еріннің жымырылуын*, т.б. жатқызады. Ал ишараны *ымдасу* сөзімен бөліп атайды да, оған *көкірегін керу*, *иығын қозғау*, *төмен түсіру* сияқты қимылдарды жатқызады: «Ымдасу деп бастың, кеуденің, қол-аяқтың әлпетті қозғалыстарын ұғу керек» [92].

1920-жылдардың өзінде бейвербалды амалдар мен адам психологиясы арасындағы терең байланысты Мағжан Жұмабайұлы да аңғарған. Ақын өзінің «Педагогика» оқу құралында «Адамның жан сыры дене арқылы, мимика арқылы сыртқа білінеді», – деп жаза отырып, дененің жанға байлаулы болатынын, соған байланысты адамның ішкі жан-дүниесінің дене қимылдарының жасалуына әсер ететінін айтады [93].

Ахмет Байтұрсынұлының 1926 жылы жарық көрген «Әдебиет танытқыш» еңбегінде әдебиетке қатысты көптеген теориялық мәселелермен қатар «кескін», «бет-әлпет» жөнінде айтылған өзіндік пікірлері кездеседі. Айтыс өнері жайындағы баяндауларында айтыс үстіндегі «айтысушы», сөз сайысына түсуші ақындардың дене ишараттарына көңіл аударып, ерекше мән береді, айтыскерлердің бет-әлпеттері өзгерісінің ақынның жан дүниесінің көрінісі деп, психологиялық ерекшеліктеріне тоқталады [94].

Бейвербалды амалдар туралы көзқарастар Қ. Жұбановтың еңбегінде кездеседі. Ғалым ымның ерекшелігі туралы былай дейді: «Ауызекі сөйленетін сөздердің андай-мұндай қисығын елетпейтін басқа жағдайлар бар. Дыбыстап сөйлеген сөздің олқысы, көбінесе, ыммен толығады. Тіпті бірінің тілін бірі білмеген я болмаса бірінің тілі мүлде жоқ болған уақытта да ыммен ылаждап түсінуге болады» [95]. Автордың бұл ойынан бейвербалды амалдар сөйлеу тілінің ажырамас бөлігі екендігін аңғаруға болады.

«Қазақ тіліндегі бейвербалды элементтердің көп мағыналылығы» тақырыбында зерттеу жұмысын арнайы жүргізген ғалым С. Мағжан аталған зерттеушілерден басқа М. Әуезовтің «Әдебиет тарихында», З. Қабдоловтың «Жебе» атты еңбектерінде, жалпы әдебиеттегі психологизм проблемасы сөз болған жерлердегі ым мен ишараттың адам портретін, адам психологиясын жасаудағы қызметтеріне орай бейвербалды амалдардың әр қилы деңгейде сөз болғандығын жазады [96].

Қарым-қатынас жасаудағы квазивербалды элементтерді зерттеумен өткен ғасырдың 40-жылдарында пайда болған ғылым саласы – паралингвистика айналысады. Грек тілінен енген «para» сөзі қазақша «жанында», «қасында» деген мағына білдіреді, яғни тілдік әрекеттің кез келген түрінің, атап айтқанда, жазба тіл, пантомимо тілі, өзіндік коды бар ым мен ишаратпен жарыса қолданылатын құбылыстар паралингвистикалық болып табылады. Терминді алғаш ұсынған америкалық ғалым А. Хилл болса, жаңа ғылым саласының зерттеу аясын белгілеген зерттеуші Дж. Трейгер екені аталады.

Көптеген ұлттар мен халықтар тіліндегі бейвербалды бірліктер жүйелі әрі кешенді түрде зерттелген. Мысалы, А.В. Филиппова, Т.М. Николаева, А.А. Акишина, Е.В. Красильникова, Л.Н. Капанадзе, т.б. орыс тіліндегі ишараттарды; А. Пиз – ағылшын тіліндегі; А.А. Хачатрян, Р.М. Тохмонян армяндардың ишаратын қарастырса, ал татарлар мен башқұрттарда Ф.Ф. Султанов осы саланың маманы саналады [91, б. 5].

Қазақ тіл білімінде М. Мұқанов, С. Татубаев, А. Сейсенова, Қ. Қажығалиева, Б. Момынова, С. Бейсембаева, С. Мағжан, Ж. Өмірәлиева, Ж. Нұрсұлтанқызы, З. Нұржанова т.б. ғалымдар ым мен ишараттарды әр түрлі қырынан қарастырады.

Профессор Б. Момынова тілдік құбылыстардың табиғатын жете түсінудегі бейвербалды құралдардың маңыздылығын көрсете отырып, «Кең ауқымдағы танымдық (когнитивтік) тұрғыдан да дене тілі, ым мен ишаратты зерттеу – тілдің әлеуметтік, психологиялық лингвистика сынды салаларының фактілерін салыстыра отырып, кешенді зерттеу арқылы іске асатынын, теориялық тұғыры әлі қалыптаса қоймаған жаңа бағыт екенін» жазады [97].

Паралингвистикалық терминдердің ішінде нақтылап алатын ұғымдар бар. Орыс тіліндегі «невербальные элементы» қазақша *бейвербалды элементтер* болып қолданылады. *Бейвербалды* сөзінің мағынасы «вербалдылыққа қатысы жоқ», «вербалдылыққа жатпайтын», «вербалды емес» деген мағына білдіреді.

Бейвербалды амалдар *мимика – ым, жест – ишара, поза – дене қалыбы* терминдеріне тікелей тәуелді. С. Мағжан *ишараға* дене мүшелерінің, оның ішінде қол, аяқ, бас секілді дене мүшелерінің динамикалық қозғалысын жатқызады. Ал *мимиканы* бетпен, бет бұлшық еттерінің қимыл-қозғалысымен байланыстырады [96, б. 7-8].

«Қазақша-орысша, орысша-қазақша терминологиялық сөздікте» *мимика – мимика*, *жест – ым*, *жестикулировать – ымдау*, *поза – кескін, қалып, кейіп* деп беріледі.

30 томдық терминологиялық сөздіктің «Педагогика және психология» бөлімі бойынша *жест – ым*, *ишара* болса, *жест вербальный – вербалдық ым*, *мимика – мимика*, *поза – кейіп* түрінде, ал «Дене тәрбиесі мен спортқа» арналған томда *жест – ым*, *поза – қалып, бейне* делінеді.

«Мимика» мен «жест» терминдері қазақ тіліне түрліше аударылғанмен, түсініктері бір арнаға келіп тіреледі: *ым* – бет-әлпетке қатысты, *ишарат* – әрі бет-әлпет арқылы, әрі дене қимылдары арқылы жасалатын бейвербалды амалдарға жатады. Осы ұғымдарға қатысты басқа да бірқатар термин атауларын termincom.kz сайтынан табуға болады.

С. Мағжан осы амалдардың көпмағыналылығына тоқталады: «Бір ғана ымның я болмаса ишараның бірнеше мағына білдіретін кездері жиі ұшырасады. Бейвербалды амалдардың, оның ішінде ишара, ымның семантикалық жақтан мағыналары нақтылықтан гөрі жайылыңқы болуы нәтижесінде ым мен ишараттардың басым көпшілігі көп мағыналы болады. Бірақ ым мен ишараттардың көп мағыналылығы коммуникацияның өту жылдамдығын шабандатпайды және де тілдесім актісіне қатысушы тараптардың бір-бірімен түсінісуін қиындатпайды, ақпарат жеткізуге кедергі келтірмейді» [96, б. 6].

Қазақ тілі бейвербалды амалдарға өте бай. Мұндай паратілдік құбылыстарды былай ажыратуға болады.

Кинесикалық амалдар: *қабақ шыту, қабағын түю, қабағын түкситіп жіберу, қабағын қарс түю, қолын сермеу, қол қусыру, қол жаю, екі қолын жаю, қол соғу, алақанын жаю, қолын сілтеу, қолын көтеру, қолын шығару, қолын көкке көтеру, екі қолын кеудесіне қою, жағын таяну, бармағын тістеу, бетін басу, бас изеу, бас ию, басын шайқау*; т.б.

Такесикалық амалдар: *алақанын ысқылау, иығымен сүйкеп өту, белінен ұстау/құшақтау, тізесіне отырғызу, итеріп жіберу, аяқтан шалу, арқасынан сипау, шашынан иіскеу, қолын сүю*; т.б.

Просодикалық амалдар: *дауысы дірілдеу*, *дауысын ақырын/қатты шығару*, *міңгірлеу, күлу, жылау, қырылдау, қырылдай сөйлеу, сыбырлай сөйлеу, күрсіну, уһілеу*, *демін ішіне тарту, ышқыну*; т.б.

Қазақ мәдениетінде ер адамдарға және әйелдерге тән бейвербалды, паратілдік амалдар кездеседі, мәселен, *бетін шымшу* әйелдерге тән ишарат болса, ал *қамшы тастау* ер адамдарға тән [91, б. 8].

М. Мұқанов өзінің ғылыми мақаласында бейвербалды амалдардың халықтың әдет-ғұрпымен, діні және ділімен тығыз байланыста екендігін айқын көрсетеді. Зерттеуші бейвербалды амалдардың жиырма сегіз түрін жинақтай келе, былай топтастырады: *сәлемдесу амалдары* (көрісу, сәлем ету); *алғыс айту амалдары* (ас қайыру, бата беру); *үлкендерді немесе сыйлы адамдарды қошеметтеу амалдары* (бас беру, төс ұсыну, ауыз тию, жолаушының түсуі, ақ байлау); *тілек амалдары* (бата беру); *кемсіту немесе қорлау амалдары* (теріс бата, келген кісіні табалдырықта қабылдау, келген адамға ішек-қарын беру); *қайғы амалдары* (жылау, көрісіп жылау); *салт-дәстүр амалдары* (ерулік, із келсе шығарып салу); *таңғалу амалдары* (бетім-ай); *өтініш амалдары* (кіндік шешенің құттықтауы); *өзгешелік амалдары* [98].

Жоғарыда атап өткендей, қазіргі кезде ғаламтордың күнделікті тұрмысымызға дендеп енуі Интернет-қатынас тіліндегі бейвербалды амалдарды көбейтті әрі оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті. Ғаламтор біздің өміріміздің ажырамас бөлігіне айналды, ал оның тілі, яғни ғаламтор тілі адамдардың қарым-қатынас жасауы үшін маңызды бөлігі болып саналады.

Қазіргі электронды немесе вируалды қатынастың осылай күнделікті өмірімізге белсенді түрде енуі дәстүрлі жазбаша және ауызша қатынас түрлеріне өзгерістер енгізді және оларға бәсекелес ретінде жаңа түр қалыптастырып отыр.

Н.Д. Голев қазіргі жазбаша қатынасқа ғаламтордың пайда болуымен енген өзгерістерге мыналарды атап өтеді:

*1) когнитивтік* (жаңа жазбаша менталділік):

– коммуникативтік мазмұндағы холистік бағыт үрдісі, бұл ақпаратты берудің визуалды арналарының күшеюімен тығыз байланысты;

*2) дискурсивті-коммуникативтік:*

– жазбаша тілдегі дискурсивтік үрдістің күшеюі;

– жазбаша тілдегі перлокутивтік үрдістің күшеюі;

*3) семиотикалық:*

– дыбыстық және визуалды сөйлеу түрлерінің бәсекелестігі қазіргі қатынасты жаңа мүмкіндігін ұсынды;

– визуалды арналардың күшеюі жазбаша тілдің иероглифтену дәрежесін күшейтті;

*4) технологиялық* (қатынастың сыртқы формасы):

– қағаздық нұсқадан электрондық тасымалдағышқа, қаламмен жазудан пернетақтаға көшу. Жазу жылдамдығының күшеюі. Мәтінді қабылдау мен жеткізудің қашықтық мүмкіндіктерінің және қабылдаушы адресат санының өсуі [99].

Осындай сан салалы өзгерістер қазіргі жазуға да (графика), орфографияға да өз ізін салып үлгерді. Әлеуметтік желі осы өзгерістердің қайнаған ортасы ретінде түрлі сипаттағы жаңалықтардың бастаушысы болып, оның өзіне тән тілдік ерекшеліктерін білдіретін негізгі белгілеріне айналды. Дәстүрлі орфографиядан ауытқу – «орфоАРТ» элементтері – соның бір көрінісі.

Ғаламтордағы графика мына тұстарымен ерекшеленеді: вербалды графикалық веб-құрылымда латын және кирилл әріптерінің қатар қолданып, латыншаның, кириллицияның қазақ сөздерімен, сөйлем ішінде тұтасып қолданылуы ұшырасады. Вербалды таңбалардан басқа ғаламторда акценттік, интонациялық, маркерлі навигациялар (әріп астын сызу, гиперсілтемелер т.т.) жиі қолданылады.

Мысалы: *КЕШІКПЕ!!!*

Желі қолданушысының ерекше назар аударған сөздерін немесе сөз бөлшектерін бірыңғай бас әріптермен беру:

*қаржылық сауатТЫЛЫҚ жетіспейтін елді жылуЛЫҚ іздеген жұрт сабылЛЫЛЫҒЫН ЖОҒАЛТЫП, Пирамидаға ТОҒЫТЫЛАДЫ*.

Ал латын және кирилл әріптерінің қатар қолданысын мынадай түрлерге бөлуге болады:

1) қазақ сөздерінің бірыңғай латын әліпбиімен безендірілуі: *Senimen soilespegeli min jil boldi goi*; *Nan RAHMEt ozindei karindasi bar Bizder bakittimiz*;

2) қазақша мәтінді беру үшін латын және кирилл әріптерін қатар қолдану, гибрид әліпибілік. Бұған басқа тілдердегі фрагмент мәтіндерді және латын транслитерациясы арқылы жазылатын қазақ тіліндегі мәтіндерді жатқызуға болады: *SOOган бердін бе*? *Неге*? *ОйланN*? *Амин Baurim*; *Кеше Samalды тыңдап өшріген едім*; *ее ne Adai lardi bolip otsin jdanda birge jyreik*;

3) кирилл элементтерінің үстемдігі, яғни қазақтың төл әріптерінің орнына орыс тіліндегі әріптерді қою: *Сен кимге барасын*; *олай истедин*; *мен магазинге сагат уште шыгам*; т.т.

4) қазақ әдеби тілінің нормалары сақталады. Бұған арнайы тіркелген файлдарды жатқызуға болады. Ғаламторда әсіресе жарнама мәтіндерде, компьютер ойындарына берілетін нұсқаулықтарда, музыкалық каталогтарда, МРЗ-де латын графикасына негізделген қазақ әліпбиі қызмет етеді. Фирмалардың, бағдарламалардың атаулары латын графикасымен безендіріледі. Әлеуметтік желідегі мәтіндердің көптеген графикалық, орфографиялық қателердің орын алуын олардың дайындықсыз (спонтанды) жүзеге асатындығынан деп түсіндіріледі. Дайындықсыздық желіге тән ерекшелік ретінде қабылданса да, веб-қатынаста қазақ әріптерінің дұрыс қолданылуын қадағалау ешқашан тоқтамақ емес.

Графодериватология элементтерінің пайда болуы немесе цифрлардың дыбыс орнында жүруі: *4аяқты депутат*, *Тілеуқабыл 1000жасар*. Сол сияқты таңбалардың әріп позициясында қолданылуы *¥NarKoz¥*; тәрізді т.б*. (2022 ж. 12 қазан)* <http://surl.li/rmivl>.

Негізі ғаламтордың графикаға өзгерістер әкелуі басқа да тілдерге тән құбылыс. А.Е. Войскунский қазіргі орыстілді ғаламтордың «кириллицалық латиницаны» еске түсіретіндігін сөз етеді, оның жазуынша, 1920 жылдардан кейін бірінші рет орыс әліпбиін латиница ығыстырды. Бұл әсіресе «виртуалды кеңістікте», жарнама бизнесінде, компьютерлік ойындар өндірісінде және ғаламторда байқалады [100].

Н.Д. Голев өзінің жоғарыда аталған мақаласында орыс тілі материалында мынадай мысалдар келтіреді: *«Chorosha@yaYule4ka»*; *СуперSTAR*; *ВлиWітесь* [99, с. 10].

Мұндай «жаңалық» ғаламтор қатынасына ғана тән, дискурсивтік-коммуникативтік үрдістің күшеюінен қалыптасып отыр.

Қазіргі ғаламтор желісіндегі вербалды амалдарға әріптен тұратын жазба мәтіндерді жатқызсақ, бейвербалды амалдарға экспрессия мен эмоцияны білдіретін түрлі паратілдік құралдарды жатқызамыз.

Ғаламтор желісіндегі бейвербалды қатынасты көп зерттеушілер екі мағынада түсінеді: кең және тар мағынада. Тар мағынадағы түсінік ғаламтор желісіндегі ақпарат үшін қолданылатын бейвербалды құралдар жүйесіне, таңбалар, символдар, кодтарға қатысты түсіндірілсе, кең мағынадағы ұғым бейвербалды амалдардың «бейвербалды әрекетпен» бірдейлестігі дәрежесінде қарастырылады. Жоғарыда келтірген алаш зиялылары А. Байтұрсынұлының, Ж. Аймауытұлының, М. Жұмабайұлының пікірлері осыған (кең мағынадағы түсінікке) саяды.

Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдарды зерттеудің тіл білімі үшін өзекті екендігі сөзсіз. Бұл әлеуметтік желіде тілдік үнемдеу құбылысымен байланысты жүзеге асып, экспрессияны білдіреді және ғаламтордағы жанрлық құрылымдардың дамуына байланысты желідегі бейвербалды құралдар да сапасы мен мазмұны жағынан күрделене түсуде.

Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдар эмотикондардан немесе «смайликтерден» басталады. Смайликтер деп күлімсіреген адамның бет-әлпетін графикалық бейнелеуді айтады. Әдетте сары түске боялған бет-әлпет, көз орнындағы қос нүктесі және ауызды білдіретін қара доғасы бар. Смайлик сөзі кез келген эмотиконды білдіретін жалпы термин ретінде жиі қолданылады. Эмотикон өз кезегінде эмоцияны білдіретін пиктограмма болып табылады.

Алғашқы смайликтер желі қолданушылардың эмоциясын білдіру үшін пайда болған. Америкалық белгілі компьютер маманы Скотт Эллиот Фахлман комикстерге арналған таңбалар жиынтығын пайдалануды ұсынады. Мысалы, :-) оңға бұрып, дөңгелектер қоршасаңыз, күліп тұрған адамның бет-әлпетін көресіз: Ал егер жақшаны керісінше қойған жағдайда жағымсыз эмоцияны білдіретін адамның бет-әлпетін көруге болады: :-(.

Сөйтіп, алғашқы смайликтер 1982 жылғы 19 қыркүйекте пайда болды. АҚШ-тағы Пенсильвани штатының Питсбург қаласындағы Карнеги-Меллон университетінің профессоры Скотт Эллиот Фахлман жазған хабарламасы мынадай болған:

19-Sep-82 11:44 Scott E Fahlman  «:-)»

From: Scott E Fahlman

*I propose that the following character sequence for joke markers:  «:-)»*

Қазақшасы: *Күлдіргі хабарламалар үшін мынадай символдар жиынтығын пайдалануды ұсынамын:* *«:-)»*

Күлімсіреген бұл смайл коммуникацияға қатысушылардың барлығына ортақ және қарапайым әрі түсінікті болды, сондықтан оның мағынасын түсіндіріп жатудың қажеті болмады. Смайл көп жағдайда қызмет ете алады: көтеріңкі көңіл-күйді білдіреді, қатаң әңгімені жұмсарта алады, әңгімелесушіге деген жақсы ниетіңді білдіре аласың т.т.

Флиндерс Университеті психология мектебінің ғалымы, доктор Оуэн Чёрчез көпшіліктің смайлды қалай қабылдайтындығын зерттей отырып, смайлды көрген адамның нақты күлімсіреген адамды көргенде болатын миының бөлігі қызметінің артатындығын келтіреді[101].

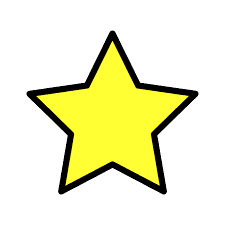
Әлеуметтік желілерде танымал болған келесі бір смайл «Қуаныш көз жасы» – 😂. Twitter-дің мәліметі бойынша, бұл смайл 14,5 миллиард рет басылған екен, демек, ең көп қолданылатын смайликтердің қатарында. Түрлі мағыналарды білдіру үшін жұмсалады: көңілділік, әзіл-қалжың, ирония т.т.

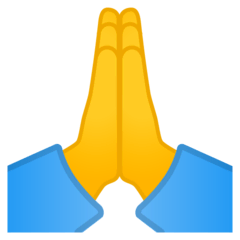
Мағынасы жағынан түсіну қиынға соғатын смайликтер де кездеседі, мысалы: маймылдар бейнеленген үш смайл. Оның шығу төркіні будда идеясындағы зұлымдық жайындағы пікірлерге апарады. Әрине, олардың қолданылу жиіліктері де жоғарыдағылармен салыстырғанда төмен.

Қазіргі пайдаланылатын эмотикондарға мысал ретінде Димаш Құдайбергеннің бейнебаянының астына жазылған коментарийлерді келтірейік:

– *Құтты болсын, Димаш! Өте әдемі ән және бейнебаян! Әбден жыладым* 

– *Класс* 

– *Самый лучший во всей вселенной!*  

– *Димаш, енбегин жана берсін...*  

Басқа да түрлі тақырыптарды қамтитын эмотикондар:

– *Сүйінші* 

– *Бәрекелді* 

– *Сіздер де тілекші болыңыздар*! 

– *Сізге жараспайды семірген* ...

– *Жаңа «өнерімді» бағалап жіберіңіздер, ағайееен* 

– *Рецебі құпия* 

– *Гука, мерекең құтты болсын!*  және т.т. *( 2023 ж. 16 қараша)* <http://surl.li/rmivl>.

Қазіргі таңда эмотикондарды көптеген зерттеушілер мағынасына қарай бірнеше топқа бөліп қарастырады: сезім эмотикондары, әрекет эмотикондары, персонаж эмотикондары [102]. Төменде соларды жинақтап 4-кесте түрінде келтіреміз.

Кесте 4 – Эмотикондардың мағыналық топтары

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Эмотикондардың мағынасы | | | | | |
| сезім эмотикондары | | әрекет эмотикондары | | персонаж эмотикондары | |
| берілуі | түсініктемесі | берілуі | түсініктемесі | берілуі | түсініктемесі |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| :-)  =)  :) | күлімсіреу, қуану | ;-)  ;) | көз қысу | 8-)  B-) | көзілдірікті адам |
| :-(  =(  {=”  -( | мұңаю, қайғыру | :-Q | темекі тарту | O:-) | періште |
| :-| | ойлану | :-P  :-p  :-Ъ | тілін шығару | %) | жынды, есі ауысқанды білдіру |
| :-D  :D | күлкі | :-\* | сүю | :-E | вампир |
| \*O\*  \* \*  \*\* | тамсану | {} | құшақтау | :-F | бір азу тіссіз вампир |
| XD  xD | көзді жұмып күлу | :} | ынтығу,  құштарлықпен сүю | ::-) | мутант |
| :-C  :C | қатты қамығу, қынжылу | :\_C  :-C  :’C  :\*( | жылау | [:] | робот |
| 4-кестенің жалғасы | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| :-/  :-\ | наразылық, абдыраушылық немесе реніш | :-@ | бақыру, айғайлау | -=<:-) | сиқыршы |
| :-0  :O  O: | таңғалу (ашық ауыз) | :-X | сыр білдірмеу, үн қатпау | o-)  O-) | циклон |
| o\_O  oO | таңғалу | :-! | жиіркену, лоқсу | :-][ | бассүйек |
| :-e | көңілі қалу |  |  | :-? | түтік тартып жатқан кісі |
| 8-O  =-O | қатты таңғалу (ашылған ауыз, бақырайған көз) |  |  | Э:-)  3:-) | елік, марал |
| :-[ ] | қатты таңғалу (салбырап қалған жақ) |  |  | \*:O) | клоун, сайқымазақ |
| :-[ | абыржу, ұялу |  |  | :\*) | мас немесе ұялғаннан қызару |
| >:  -D | табалай күлу |  |  |  |  |
| }:->  ]:-> | мысқылдау |  |  |  |  |
| :’-)  :’-D | қатты күлу, ішек-сілесі қатып күлу |  |  |  |  |
| D-: | ашулану, ызалану |  |  |  |  |

Г.А. Ескермесова өз жұмысында қазақтілді ғаламтордағы жиі және сирек кездесетін смайликтерді ажыратып көрсетеді, төменде автордың ұсынған кестесін келтіреміз [29, б. 116-117]. Сонымен бірге Г.А. Ескермесова «смайлик» сөзін өз жұмысында *өңтаңба* деп қазақша қолданған (5-кесте).

Кесте 5 – Қазақ ғаламторында жиі және сирек кездесетін смайликтер (Г.А. Ескермесова бойынша)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Қазақ ғаламторында жиі қолданылатын смайликтер | | Қазақ ғаламторында сирек қолданылатын смайликтер | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| :) | күлкілі езуді білдіреді | :І | көңіл-күйі жоқ |
| :( | қайғыру, мұңдану | :Q | темекі тарту |
| :-( | ренжу, ызалану | I I | ұйықтау |
| ;) | қу немесе сарказм, кейді күлкіні де білдіреді | :-E | тісі көрініп тұрған вампир |
| :-/ | мысқылдау немесе сарказм | :-F | сынық тісі бар адам (вампир) |
| ;-) | жартылай көңілденуді білдіреді | :O | қатты сөйлеу |
| :-# | айтуға болмайтын құпия | :\* | бетінен сүю |
| :-\* | бетті сүю | :D | күлу, мәз болу |
| :’-( | жылау | I 0 | есінеу |
| 5-кестенің жалғасы | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| :-/ | мырс ету | :-X | айтуға болмайды, құпия |
| :-| | ерінді қысу | :-I | вампир |
| :\*) | мұрынның қызаруы | :-\* | ащы бір нәрсені жеу |
| }:-) | қасты жыбырлату | :@ | ыңырсу, ұлу |
| | ):-) | милиционер | U> | кружка |
| [:-| | франкештейн | :-P | тілін көрсету |
| >:-) | панк (жастардың шаш қою формасы) | Ж-І | сараңдану |
| ~:-) | панк | (B-I) | танкідегі сияқты көзілдірік киіп алу |
| \¬¬ˍ/> - | кружка | :-O | таң қалу |
| | |> - | төртбұрышты кружка |  |  |
| ( )> | дөңгелек кружка |  |  |

Қазіргі әлеуметтік желілерде эмотикондар, смайликтер коммуниканттардың түрліше көңіл-күйлерін білдіру үшін қолданылады, олардың саны да, эмоциялық мазмұны мен түрі де артып келеді.

Кейбір зерттеушілер ғаламтор тіліндегі бейвербалды амалдардың қатарына тыныс белгілерді де қосады.

Г.А. Ескермесова эмотикондар мен тыныс белгілерінің әлеуметтік желідегі байланысын сөз ете отырып, желілерде қолданылу әлеуеті күшті тыныс белгілерін былай топтайды: интерробанг белгісі, мысқыл белгісі, риторикалық сұрау белгісі, келісім белгісі, махаббат белгісі, сенімділік белгісі, күмәнділік белгісі, келеке белгісі, беделділік белгісі, снарк белгісі, астериск, үтірлі леп және сұрау белгісі [29, б. 114].

Эмотикондардың қалыптасуына тыныс белігілерінің ықпалы бар. Қазіргі таңда желілердің, мессенджерлердегі жазбалардың басым көпшілігінде эмотикондардың мәтін соңы тыныс белгілерінің орнын ауыстырып келе жатқаны шындық. Бұл әлеуметтік желі тілінің ауызша және жазбаша қатынастың аралығынан туындайтын өзіндік қатынас ортасы екендігін тағы бір дәлелдейді. Ауызша қатынасқа экспрессивтілік пен эмоцияның тән екендігі белгілі. Ғаламторда эмотикондарды қолдану коммуниканттардың ауызша сөйлесіміндегі көңіл-күйін жазбаша қатынаста берудің ең өнімді тәсіліне айналды.

Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдарың қатарында стикерлер, мемдер жатады. Келесі тараушаларда осы тақырыптарға арнайы тоқталатындықтан жалпы шолу ретінде айта кетеміз.

Стикерлер – желі қолданушысының көңіл-күйі мен эмоциясын беруге арналған графикалық бейнелеулер. Көп жағдайда стикерлер смайлдардың логикалық жалғасы болып саналады, олардың өзгешелігі – неғұрлым көркем, мәнерлі етіп бейнеленуінде. Стикерлер күрделі эмоцияны білдіреді.

Қазіргі кезде мемдер де (Интернет-мемдер) бұқаралық мәдениеттің ажырамас бөлігіне айналды. Бейвербалды қарым-қатынас құралы ретінде мемдер коммуниканттардың графикалық бейнеленген мемдермен бөлісуінен көрінеді. Олар түрлі эмоцияларды, әртүрлі қоғамдық-әлеуметтік тақырыптарға қатысты коммуниканттың көзқарасын, сезімін білдіру үшін қолданылып, тілдік құралдардың орнында жүреді. Сондай-ақ, сөзбен келетін мемдер де болады, бұл олардың құрылымдық жағынан түрлі екендігін көрсетеді.

Қорыта келгенде, жалпы бейвербалды амалдар қарым-қатынас барысында өте көп ақпарат алуға болатын қатынастың ерекше құралы.

Қазіргі кезде әлеуметтік желілердің күнделікті тұрмысымызға қарқынды енуі Интернет-қатынас тіліндегі тілдік және бейвербалды амалдарды көбейтті және оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті. Интернет-қатынастың бейвербалдылыққа шындап бет бұруы таңбалау құралы ретінде эмотикондардың, графикалық және креолдылықтың пайда болуымен сипатталады, эмотикондар мен стикерлер, демотиваторлар, мемдер, комикстер т.т. таңбалар бейне бір «вирус» тәрізді ғаламтор мен әлеуметтік желілерде кеңінен тарап кетті.

Әлеуметтік желіде бейвербалды құралдар экспрессивтілік пен эмоцияны білдіру үшін қолданылады. Уақыт өткен сайын олар қамтитын тақырыптар да, образдар да көбейе түсуде. Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдар уақыт ағымына сай өзгеріп отырады, жаңа мағыналық реңктерге ие болады.

**3.2 Эмотикондар – әлеуметтік желінің дәстүрлі бейвербалды жүйесі**

Алдыңғы тараушада бейвербалды амалдар қатарында эмотикондарға жалпы түрде тоқталсақ, енді оларға әлеуметтік желінің дәстүрлі бейвербалды құралы ретінде кеңірек қарастырып, баяндайтын боламыз.

Сонымен, әлеуметтік желідегі қарым-қатынастың өзіне тән ерекшеліктерінің бірі – эмотикондарды пайдалану. Эмотикон ағылшын тіліндегі emotion сөзінен шыққан, сондай-ақ *эмотиконка*, *эмоцион*, *смайлик* лексемалары, эмоцияны білдіретін пиктограммалар; көп жағдайда олар типографиялық таңбалардан тұрады, мысалы: *рахмет :)*, *өкінішті-ақ : (*, *ой, айтпаңыз : D* т.т.

Әлеуметтік желілерде қолданысқа дайын смайликтер өте көп. Жалпы алғанда, олардың нені бейнелейтіндігіне орай смайликтерді бес топқа бөлуге болады:

1) нақты эмотикондар.

Сары түске боялған бет-әлпет кескіні («жүз» деп те қолданылады), түрлі эмоцияларды білдіреді: *қуану, күлімсіреу, кектену, жылау таңырқау* т.т. (7-сурет).

|  |
| --- |
| 😂 |

Сурет 7 – Сары түске боялған бет-әлпет

2) адамдар.

Адамдарды бейнелеу өз ішінен жынысына, жасына, кәсібіне, дәрежесіне т.т. қарай (*ер адам, әйел адам, шаштараз, қалыңдық, жүзуші* т.б.) бөлінеді, бұған дене мүшелері мен ым-ишараны бейнелейтін стикерлер де енеді (*көз, ерін, құлақ, мұрын, саусақтың шошаюы* т.т.), (8-сурет).

|  |
| --- |
|  |

Сурет 8 – Адамдар мен дене мүшелері

3) табиғат.

Табиғи және атмосфералық құбылыстар, өсімдіктер, жәндіктер, гүлдер, жан-жануарлар (*мысық, ит, қой, сиыр* т.т.), құстар (*балапан, көгершін, пингвин*), суды мекендеушілер (*дельфин, кит*), (9-сурет).

|  |
| --- |
|  |

Сурет 9 – Табиғат

4) тағамдар.

Тағамдарды бейнелеу өз ішінен нақты тағамдарға, тәттілерге, жемістер мен көкөністерге, сусындарға бөлінеді (10-сурет).

|  |
| --- |
|  |

Сурет 10 – Тағамдар

5) заттар мен символдар.

Бұл тектес суреттер мынадай топтарды құрайды:

– хобби/белсенділік (*гитара, баскетбол добы, бильярд тасы, ойын кубиктері, бояу түстері*);

– офис/кеңсе тауарлары (*кітап, блокнот, компьютер, сызба, график, скрепка, сызғыш*);

– киім/аяқ киім/аксессуарлар (*көйлек, бәтіңке, сөмке, тәж*); тұрмыс/үй заттары (*асхана құралдары, балға, телевизор, есік, ванна, душ, унитаз*);

– көлік/қозғалыс құралдары (*пойыз, ұшақ, автомобиль, мотоцикл, трактор, зымыран*);

– символдар (*жүрек, күн, жер, жол белгілері*); жалаулар (*Қазақстан, Ресей, АҚШ, Қытай, Корея* т.т.).

Төменде солардың кейбірі түсініктемесімен көрсетіледі (6-кесте).

Кесте 6 – Заттар мен оның желідегі мәні

|  |  |
| --- | --- |
| Смайлик | Түсініктемесі |
| 📢 | *Сен мені естіп тұрсың ба? Әңгімелесушінің назарын аудару.* |
| 📖 | *Қазір бос емеспін. Оқып отырмын.* |
| 📮 | *Ашық пошта жәшігі: Мен сенен хат күтемін.* |
| 🚖 | *Жарық күн. Көңіл-күйіңіз жақсы, ешкіммен сөзге келісуді қаламайсыз.* |
| 🙌 | *Үзіліс. Әңгімені үзгісі келгенде немесе тақырыбын өзгерту қажет болғанда чатқа жіберіледі. Мұндай эмотикондар пайдасыз дау-дамайды, агрессияны кенеттен тоқтауға жақсы.* |
| 🛁 | *Мен жүзуге бардым.* |
| 🚫 | *Тоқтаңыз, әрі қарай жалғастырмаңыз.* |
| Ⓜ | *Метро, сіз досыңызды белгілі бір жерге кездесуге шақырасыз.* |
| ☎ | *«Кешіріңіз, маған телефон шалды» сөйлесімінің бейвербалды алмастырылуы* |
| 🎳 | *Кез келген белсенді демалыс* |

Смайликтер пиктограмма арқылы ғана емес, идеограммалар арқылы да беріледі (мысалы: түрлі жүрекшелердің суреті). Мұндай кескіндемелер сонымен бірге мынадай да ерекшеліктерге ие:

1. Танымалдылық пен түсініктілік.

Смайликтердің негізіне неғұрлым кең таралған, кеңінен белгілі, танымал құбылыстар мен заттар алынады (*жылқы*, *мысық*, *ит*, *күн*, *ай*, *гүл*, *банан*, *кітап*).

2. Жалқылығы.

Смайликтер бір зат түрінде бейнеленеді (жұппен келетін нәрселерді есептемегенде, бетін сипау, қол шапалақтау, белгілі бір өзара қатынасты білдіретін адамдар жұбы тәрізді).

Әлеуметтік желіде смайликтерді кең қолданылатындығы кейбір желі қолданушыларының жазбаларынан да, комментарийлерден байқалады: *Мына смайликтің көңіл-күйімді тап басып тұрғанын қарашы*; *Үтір-нүктесіз смайликті қоямын*; және т.б.

Зерттеуші Алиша Вульф өзінің «Онлайн экспрессия: гендерлік өзгешеліктер және эмотикондарды пайдалану» атты еңбегінде ер адамдарға қарағанда әйелдердің смайликтерді екі есе көп қолданылатындығын жазады [103].

Оның байқауында, әйелдердің 35% юморды білдіретін смайликтерді қолданса, ал ер адамдардың 31% мысқылды (сарказм) беретін смайликтерді пайдаланады. Дәл осы зерттеуші өзінің «Кибер-психология және әрекет» («Cyber Psychology and Behavior») атты еңбегінде қызықты деректер келтіреді. Ерлер мен әйелдердің онлайн қарым-қатынасын зерттеу барысында әйелдер мысқыл мәні бар смайликтерді пайдалана бастаған, ер адамдар өз кезегінде басқа ер адамдармен қарым-қатынасымен салыстырғанда, әйелдермен сөйлесу барысында смайликтерді көп пайдаланады екен. Осындай байқаулардан әйелдердің ерлерге қарағанда смайликтерді көп қолданатындығын білеміз.

Әлеуметтік желідегі жазбалардан да негізі осы байқалып тұрады. Желі қолданушы әйел адамдар смайликтерді жиі қолданады. Төменде бірнеше мысалдар берілген:

– хомаааәдемі қыз иа;

– Ia shin janimnin bir tilegin orindai salinizdar love basinizdar ;

– raxmet;

– kushti keremet;

– Алла екі дүниенің бақытын нәсіп етсін. Нағыз бақыт осы !  Анаңыздың жасы жолы жұғысты болсын;

– Әумин;

– Қайран 40 жасым  *(2023 ж. 19 қараша)* <http://surl.li/rmivl>.

Смайликтерден басқа әлеуметтік желіде стикерлер де қолданылады. Стикер (жапсыру) – этикетка, тауарға жапсырылатын құлақша, жалпы «ярлык» сөзі қазақша әртүрлі аталып жүр, «құлақша»-дан басқа, *затбелгі*, *таңбаша*.

Стикер ақпараттық баннер ретінде, қабырға және интерьер декорациясының бір элементі ретінде пайдаланылады. Ол желі қолданушысының сол сәттегі эмоциясын «үлкен өлшемде» білдіреді. Стикерлердің смайликтерден өзгешелігі олардың нақты авторы болады және топтарға да нақты бөлінеді. Әрбір топта 16-дан 48-ге дейін түрлі эмоцияларды білдіретін (қуаныш, күлкі, кек, мұң, таңданыс т.т.) стикерлер болады.

Стикер – бұл берілген тақырып бойынша үлкен сурет, адамдар, адамның бет-әлпеті, жан-жануарлар, оның ішінде, мысық, ит, сиыр т.т., көкөністер мен жемістер, көлік түрлері т.б. Олар хат-хабар алмасу кезінде пайдаланылады.

Смайликтер мен стикерлер тікелей қатынаста пайдаланылатын кең таралған ым-ишараны бейнелейтін суреттер болып табылады.

Бұл бейвервалды бірліктер көптеген зерттеушілердің еңбектерінде жан-жақты сөз болды, осымен байланысты Алан Пиз, Джеймс Борг, Г.Е. Крейдлин, Пол Экман және т.б. ғалымдарды атауға болады.

Қазақ тіліндегі ым-ишаралар тіліне арналған еңбектерге алдыңғы тақырыпшада шолу жасадық, Алаш зиялыларынан бастап қазірге дейін зерттеу қарқыны баяу болса да, осы бағытта еңбектер бар. Біз бейвербалды қатынас дегенді екі мағынада түсінетінімізді айттық: тар және кең мағынада. Тар мағынадағы түсінік ақпарат үшін қолданылатын бейвербалды құралдар жүйесіне, таңбалар, символдар, кодтарға қатысты болып келсе, кең мағынадағы түсінік бейвербалды амалдардың «бейвербалды әрекетпен» бірдейлестігі дәрежесінде, салааралық мәнде қарастырылатындығын ескеру керек. Бұны тағы да еске алып отырған себебіміз – осы екі бағытта да ғылыми жұмыстарды жандандыру қажеттігі.

Әлеуметтік желі үшін қазақы ұлттық болмысты білдіретін ым мен ишараға қатысты дайын смайликтерге сұранып тұрған паратілдік амалдар жетерлік, солардың бірқатары:

*Басын шайқау* – ренжуді, көңілі толмағандықты аңғарту;

*Басын изеу* – келісу, құптау, мақұлдау;

*Бас ию* – 1) кінәсін мойындау; 2) құрметтеу, қадір тұту, қадірлі адамға сый көрсету; 3) сәлемдесу ишараты;

*Басынан сипау* – мүсіркеу, аяу;

*Басын төмен түсіру* – іштегі сезімді өзгелерге білдірмеуге тырысу;

*Бетін тырнау* (әйелдерге қатысты) – аса қадірлі, ет жақын адамы қайтыс болғанда қазақ әйелдерінің істейтін салттық ишараты;

*Бетін шымшу* (әйелдерге қатысты) – 1) сұқ саусақ пен бас бармақты біріктіріп бетті шымши ұстау; 2) ұялу;

*Ала көзімен қарау* – көңілі толмау, жек көру; және т.б.

Бейвербалды амалдар тілдік қарым-қатынас немесе сөйлесім үшін қосалқы, көмекші қызмет атқарады. Әлеуметтік желіде мұндай амалдар желі қолданушыларының арасындағы қарым-қатынастың мақсатын ашуға, түсінісуге мүмкіндік береді. Қарым-қатынастың сыртында тұратын қимыл әрекеттерді, дене қимылдарын, бет-әлпеттегі өзгерістерді, дауыстың өзгеру реңктерінен хабар беріп, қарым-қатынасты жанды, экспрессивті етуге ат салысады.

В.М. Верещагин, В.Г. Костомаров бейвербалды амалдарды іштей екіге бөліп қарастырады:

1. Соматизм тілі. Бұл топқа ишара, дене қалыбы, мимика, бет-әлпет кескіні және адам жүзінде байқалатын әртүрлі психосоматикалық симптомдарды енгізеді.

2. Ғұрыптық тіл. Бұл бөлікке әлеуметтік топтың әдет-ғұрпымен, этикетімен, салт-дәстүрімен байланысты дене қимылдарын жатқызады [104].

Желіде бейвербалды амалдармен қатар түрлі мағыналық топты қамтитын тілдік бірліктер де пайдаланылады. Оларды былайша топтастырып қарауға болады: 1) күлуді, қуануды білдіретін сөздер; 2) жабырқау көңіл-күйді білдіретін сөздер; 3) қолдау, мақұлдауды білдіретін сөздер; 4) таңырқау мағынасын білдіретін сөздер; 5) ашу-ызаны білдіретін сөздер; 6) достық қарым-қатынасты білдіретін сөздер.

Енді әлеуметтік желіде смайлик немесе стикерлермен алмастырылатын осындай кең таралған тілдік бірліктерді келтіреміз.

*1. Қуануды, күлуді білдіретін сөздер;* үстеулер, сын есімдер: *көңілді*, *жайдары;* *төбесі көкке жету*, *езу тарту*, *екі езуі екі құлағында* тұрақты тіркестері, еліктеуіштер *қарқ-қарқ күлу* т.б.

Жалпы күлкінің қоғам мен адам өмірінде алатын орны ерекше. Әрбір халықтыңкүлу ерекшелігі бар, күлкісі – туған тілінде.Қазақ күлкісі – халық болмысы. Қазақ халқында әзіл-сықақ өте дамыған, жалпы барлық халықтарда күлкі тақырыбы ұқсас келсе де, жекелеген ұлттың жан-дүниесін ашатын әзіл-оспақ элементтері болады. Осындай ерекшелік қазақ юморына да тән [105].

Сонау Алдаркөседен басталатын халық ауыз әдебиетінің элементтерімен, Дулат Бабатайұлы мен Абай шығармаларында кездесетін әзіл, ХХ ғасырдың басы, яғни 1925-1933 жылдар арасында шығып тұрған «Шаншар» (1924), «Жаршы» (1929), «Балға» (1932) басылымдарынан көрініс тапты.

А. Байтұрсынұлы қазақтың әзіл-сықағын «Күліс» деп атап, оны екіге бөледі:

1. Шын күлкі;

2. Сын күлкі.

«Шын күлкі шаттық үстінде, көңіл қоштанғанда келетін күлкі. Сын күлкі нәрсе көңілге күдікті, ерсі көрінген уақытта келетін күлкі. Адам ауырлайтын да, ауырламайтын да күлкі бар. Ауыр күлкінің аты – мазақ, мысқыл болады да, жеңіл күлкінің аты – сықақ, қулық болады. Ең жеңілі ойын сөз, оны әзіл деп атаймыз» [49, б. 292].

Сатира зерттеушісі М. Тілеужанов күлкі түрлерін былайша жіктеген: *қалжың күлкі, әзіл күлкі (юмор), мысқыл күлкі, улы күлкі (сарказм), кекете-мұқата күлу (издевка), қағыта, шеней, оспақтай күлу (пародия), келекелеп күлу (ирония), мазақтай күлу, мошқау күлкі (насмешка), езу тарту (улыбка), жеңіл күлкі (шутка).*

Ғылыми ортада «күлкі терапиясымен» танымал, «күлкі коллекционері» академик Шора Сарыбаев қазақтың күлкі түрлерін жіктеп-жіліктеп, 80-дей түрлерін тауыпты. Қазақ басқа да түркі тілдеріндегі күлкіні фоносемантикалық тұрғыдан алғаш талдау жасаған профессор К.Ш. Хұсайынның еңбегін атауға болады. Жоғарыда келтірілген күлкінің түрлерінің қыр-сыры мен алуан түрлі сипаты сатира мен күлкі құбылысының табиғатын ашуға көмектеседі. Тіліміздегі осы жанрға байланысты комизм құбылысын зерттеген А.З. Салихова «юмор – комизмді, ал сөзтапқырлық талант пен юморды туғызады» дейді [105].

Әлеуметтік желіде күлкі табиғатын беретін эмотикондар, смайликтер көп, сонымен бірге тілдік бірліктермен оларды алмастыра беруі көбінесе желі тілінің ауызекі тілге жақындығымен байланысты. Мысалы:

*Ахаха Түрін қаршы*; *Ухахахах, өлдім*; *Хихихих*; *Хахаха* т.т.

Қазақ халқының ұғымында *қуаныш*: біріншіден, адамның ішкі психикалық жай-күйі болса, екіншіден, қуанышты жағдай (екі жақты субъектілік қатынас 1) біреуді қуанту; 2) біреу немесе бірнәрсенің өзіңді қуантуы). Осымен байланысты бұл лексеманың екіжақты қыры болады: біреу үшін *Ол қуанышты* десек, адамның өзі үшін де *қуанышты күн* мүмкіндігіне ие.

«Қуану» мағынасын білдіретін *Сүйінші, Бәрекелді, Керемет, Тамаша, Алақай, Ура* тәрізді сөздер желіде көп ұшырасады. Бұл сөздер сонымен бірге қолдау, маұлдау мағынасын да қамтиды.

Хат-хабар алысу барысында қуаныш күлімсіреген смайликтер мен стикерлер арқылы беріледі.

*2. Мұң, жылау, жабыңқы көңіл-күйді білдіретін сөздер* (үстеулер, сын есімдер, көңіл-күй одағайлары, етістіктер, еліктеуіштер) *әттең*, *қап*, *фу*, *піш*, *әй*, *тәк*, *ойбуй* т.б.

*Ойбуй осылай бір бірімен қатын құсап салғыласып отыра береме*?

*Фу осыны көрсем орысшаны он шайнап әзер жұтатыныма қуанамын*;

*Туухх десейші*)).

Бұл топтағы сөздер «қуанышқа» антонимдік қатар құрайды. Қоғамдық-әлеуметтік өмірде түрлі келеңсіз оқиғалардың орын алуы, жағымсыз эмоциялар осы сөздермен сипатталады. Желіде көңіл айту тіркестері де жиі кездеседі: *Иманды болсын*! *Алдынан жарылқасын*! *Топырағы торқа болсын*! т.т.

«Мұң», «жабырқаңқы көңіл-күй» кейбір жағдайларда «ұялу» жай-күйімен ұласып жатады. Қазақ тіліндегі *ұят* ұғымы арқылы әлеуметтік желіде «ұятмен» қолданысы пайда болды, бұл сөздің астарында кекесін, мысқыл бар, «жалған ұят» дегенді білдіреді. Жалпы *ұят* – саналы психикалық құбылыс. Саналы емес іс-әрекет салдары әр уақытта қалыптасқан нормадан ауытқуға әкеп соқтырады. Ұялу сезімі адамның өз-өзіне деген сенімсіздігімен, ыңғайсыздығымен, мазасыздығымен байланысты болып келеді.

*Ұят* (ар, намыс, ұждан, абырой) – адам бойындағы ізгі қасиет, ар-намыс. Осыдан барып *ұят* сөзінің екіншілі туынды мағынасы келіп шығады: *ұяттық* – ұяттығы жоқ; *ұятсыну* – қимыл атауы; *ұятсыздық* – қимыл атауы; *ұялшақтық* – ұялғыштық, ұяңдық; *ұялыс* – ұялуға тән қылық.

*Ұятсыз* (арсыз, намыссыз, бұйығы, именшек, әдепсіз, имансыз) – ардан безген, көргенсіз, үлгісіз; *ұятсыздау* – арзсыздау, ұятты біле бермейді; *ұяттау* – сиықсыздау, қолайсыздау, ыңғайсыздау; *ұяттылау* – ұяты бар; *ұяттырақ* – сәл ұяттау; *ұятты* – ұялып қолайсыз жағдайға қалу; *ұялшақ* – ұялғыш, ұяң; *ұялшақтау* – ұяң, ұяңдау; *ұяңдық* – ұялшақтау, бұйығылау.

*Ұялу* (қызару, қысылу, имену, қымсыну) – бетінен оты шығып қызару; *ұялғансу* – ұялғандай болу; *ұялту* – басқа біреуді ұялту; *ұялшақтау* – именіп қысылу, біреуге батып, ойындағысын айта алмау; *ұялыңқырау* – ұялған қалыпта болу, қысылу, қызарақтау.

Бейвербалды тәсілдер арқылы *ұят* ұғымын ұтымды беруге болады. Ерлер мен әйелдер арасында ұятқа байланысты тілдік қолданыстар әртүрлі. Тек әйел затына ғана тән – «бет шымшу, бетін басу». Осыған байланысты тілімізде «бетім-ай», «бетім құрысын», «енді не бетімді айтамын...», «қарабет» тәрізді қолданыстар кездеседі. Тілде «бетің тіліңгір» дейтін қарғыс мәнді сөз де кездеседі, яғни «ар-ұяттан айрылып, қарабет бол, ұятың төгілгір» деген мағынада жұмсалады.

Аталған мағыналардың барлығы дерлік көңілсіз, жабырқау, кейде беті басылған смайликтер мен стикерлер арқылы беріледі.

*3. Қолдау, мақұлдау, келісуді білдіретін сөздер* *бәрекелді*, *керемет*, *тамаша*, *ақ жол*, *браво* т.б. Бұл қатардың «қуанышпен» астасып жатытын тұстары кездеседі.

Саусақты жоғары шошайтқан, кейде «ок» дегенді көрсететін смайликтер мен стикерлер арқылы беріледі.

*4. Таңырқау, масаттану, шок мағынасын білдіретін сөздер* *құдай сақтасын*, *міне*, *ал ендеше*, *қайтеміз енді* т.т. Осы орайда берілетін таңырқау смайликтері мен стикерлері қазақ тіліндегі мына сөздерді алмастырады десе болады: *көзі бақыраю* (мимика), *сұрлану* (бет-әлпетінің түр-түсі), *өне бойы қалтырау* (пантомимика), *арқасы мұздап кету* (секреторлық бездердің қызметі), *жүрегі тоқтап қала жаздау* (жүрек қызметі), *даусы шықпай қалу* (дауыс қызметі), *тынысы тарылу* (тыныс алу қызметі) т.б.

*5. Ашу-ыза, өкпе мағынасын білдіретін сөздер.* Бұл топқа енетін сөздер қатарына ашу-араздық, ашу-зіл, ашу-кек, ашу-намыс, ашу-жанжал, ашу-шағым тәрізді сөз қатарларын құрайды. Қызыл түске боялған ренішті смайликпен немесе тіксінген мысықтың суреті бейнеленген стикер арқылы беріледі. Сонымен бірге келесідегідей да берілу жолдары бар, желіде соған сай келетін смайликетер қолдануға болады:

– әртүрлі соматикалық қимыл-қозғалыстар (*көз аларту*, *қабағын түю*, *суық қабақ көрсету*);

– бейпіл, бейәдеп сөздер: *оттамашы*, *есуас*, *нақұрыс*, *шшшс*, *әкеңнің аузын* т.т.;

– бұйыру мәндегі құрылымдар: *Тоқтат енді*! *Жапшы аузыңды*! *Сөзге кел*! *Қуа бермеңдерші*!;

– интонация, эмоционалды сөздер арқылы: *Осы түлкіні жаратпаймын*! *Ит екенсің*! *Қуады екен мына шал*...

*6. Қорқыныш, үрей мағынасын білдіретін сөздер.* Мұндай психикалық жай-күй «қорқақ» жағымсыз сапамен байланысты, яғни қорқыныштың көрінісі болып табылатын «қалтырау», «дірілдеу», жалпы бейнеде «суықты» білдіреді.

Қазақ тілінде *қорқыныш*, *қауіп* сөздері кездеседі. Алайда екеуі синонимдік қатар құрағанмен, бірдей ұғымды (мәнмәтінде болмаса) бере бермейді. *Қорқыныш* сезім-күй болса, *қауіп* сол сезімді тудырушы болады. Демек, қорқыныш – қауіптің көрінісі. Мысалы, *Менің қаупім шындыққа айналды* дегенде осы жайт байқалады.

«Қорқыныш», «үрей» мағынасын білдіретін сөздер зат есімдер (*қорқыныш*, *қорқақтық*), сын есімдер (*қорқақ*, *қорқынышты*), етістіктер (*қорқу*, *қорқыту*), еліктеуіш сөздер (*дір-дір ету*, *қалш-қалш ету*), одағай (*Алла сақтасын*! *Ойбай-ай*!) тәрізді сөз таптарынан жасалады. Сонымен бірге лексикалық, фразеологиялық бірліктер (*зәресі кету*, *төбе шашы тік тұру*, *жүрегі ұшу*), синонимдік қатарлар (*үрейлену, шошу, қалтырау, секемдену* т.т.), антонимдік қатар (*қуаныш*) арқылы беріледі.

«Қорқыныш», «үрей» мағынасы үрпиген смайликтер арқылы беріледі.

*7. Достық, сүйіспеншілік, ұнағандықты білдіретін сөздер* *жақсы көру*, *жаным*, *сүйкімді*, *бауырым*, *қалқам,* *шырағым* т.т.

Жүрек, әуе сүйісін, құшақтасқан немесе бір-бірімен сүйіскен адамдардың суреті арқылы беріледі.

Бұл топ жалпы сыпайылықты білдіретін сөздермен тығыз байланысты. Сыпайылық – желілік мәдениетті қалыптастыратын сөйлеу этикеттерінің негізгі бір бөлігі. Сыпайылықты білдіретін амал-тәсілдерді вербалды және бейвербалды деп бөліп қарастыруға болады.

Бейвербалды формалардың гендерлік сипаты бар. Айталық, амандасу кезінде әйел адам мен ер адамдардың қимылы әртүрлі. Ер азаматтар әдетте оң қолын кеудесіне қойып, басын сәл иіп немесе изеп амандасады; қос қолын ұсынады. Ал әйелдер болса еңкейіп, басын сәл иіп сәлем салады немесе жай ғана даусын қатты шығармай амандасады. Біздіңше, бұл сыпайылықтың гендерлік көрсеткіші. Қазіргі жастарға осыны түсіндіру керек, өйткені қазір жас ер азаматтар мен қыз балалардың амандасу ерекшеліктері тіпті сақталмайды.

Бейвербалды амалдар әрбір халықтың ұлттық-мәдени ерекшеліктерін білдіреді және әлеуметтік желідегі осындай құралдарда сол сақталса, оның мағыналық астары қазіргі ұрпаққа түсінікті болар еді, бұрынғы ата-бабаларымызбен мәдени сабақтастық өз жалғасын табар еді дегіміз келеді.

Бейвербалды амалдардың осылай жаңашалану сипаты жаһандану, технологизациялану дәуірінде ұлттық дүниетанымымызды арттырып, ұлт ретінде өмір сүру бірегейлігімізді бекітеді.

Сыпайылықты білдіретін вербалды құралдар ретінде тілдегі қаратпалардың маңызын айтуға болады. Қаратпалар желі тілінде де жиі қолданылады, алайда олардың керісінше дөрекі сипатта болатындығын байқауға болады. Бұлай дөрекілену желі қолданушысының тілдік құзіреттілігіне тікелей байланысты немесе оларда ақпараттың болмауынан.

Жалпы және жалқы есімдер қаратпа сөздердің орнында жұмсалып, сыпайылық мәнін білдіреді. Мысалы, *Әпкетай, сіздің айтқаныңызды қолдаймын* дегенде *әпкетай* қаратпа сөз, түбірге жалғанған *-тай* қосымшасы «сыпайылық», «сыйлау», «жақсы көру», «өзіне жақын тарту» мәндерін үстеп тұр. Ал осы қолданыста *әпкетайым* деп пайдаланса, сыпайылық, сыйластық одан сайын үдей түсіп, анығырақ көрінеді, оған *-ым* тәуелдік жалғауының қосымшасы дәнекер болады (*жаным, періштем, қамқорым, досым* тәрізді).

Сонымен, әлеуметтік желідегі қарым-қатынастың өзіне тән ерекшеліктерінің бірі – эмотикондарды пайдалану. Эмотикондарды нені бейнелейтіндігіне қарай бес топқа ажыратуға болады: 1) нақты эмотикондар; 2) адамдар; 3) табиғат; 4) тағамдар; 5) заттар мен символдар.

Әлеуметтік желіде мұндай амалдар желі қолданушыларының арасындағы қарым-қатынастың мақсатын ашуға, түсінісуге мүмкіндік береді. Әлеуметтік желі үшін қазақы ұлттық болмысты білдіретін ым мен ишараға қатысты дайын смайликтерге сұранып тұрған паратілдік амалдар жетерлік, соларды желі үшін пайдалана білуіміз керек. Бейвербалды амалдардың осылай жаңашалану сипаты жаһандану, технологизациялану дәуірінде ұлттық дүниетанымымызды арттырып, ұлт ретінде өмір сүру бірегейлігімізді бекіту үшін қызмет етеді.

Желіде бейвербалды амалдармен қатар түрлі мағыналық топты қамтитын тілдік бірліктер де пайдаланылады. Олар: 1) күлуді, қуануды білдіретін сөздер; 2) жабырқау көңіл-күйді білдіретін сөздер; 3) қолдау, мақұлдауды білдіретін сөздер; 4) таңырқау мағынасын білдіретін сөздер; 5) ашу-ызаны білдіретін сөздер; 6) достық қарым-қатынасты білдіретін сөздер.

Эмотикондар мен стикерлер әлеуметтік желінің ажырамас бөлігі ретінде белгілі бір дәрежеде тілдік және паратілдік бірліктерді ауыстырып қолданылады.

**3.3 Интернет-мемдер – әлеуметтік желі тіліндегі тілдік және бейвербалды жаңа құрал**

Ғаламтордың жанрлық құрылымдарының дамуы мен күрделене түсуі, сондай-ақ оны қолданушы аудиторияның кеңеюі желілерде эмотикондардан басқа да таңба типтерінің пайда болуына әкелді. Интернет-мемдер – сондай құралдың бірі және эмотикондарға қарағанда олар бай семантикасымен, жоғары экспрессивтілікті білдіруімен ерекшеленеді.

Интернет-мемдер ақпаратты жеткізудің визуалдылылығын арттыратын үрдіс, әлеуметтік желі қолданушыларының еш дайындықсыз жазба тілін бейнелеуге қабілетті, жазбаша ментальділіктің жаһандық дамуының когнитивтік құрамдас бөлігі. Бұл тараушада Интернет-мемдер, олардың шығуы мен қалыптасуы мен түрлері баяндалады.

Интернет-мем ұғымы «мем» деген сөзден (грек тіліндегі μιμητής (mimētḗs), қазақша «ұқсас», «секілді, сияқты», «имитатор» мағыналарын білдіреді) шыққан. Ағылшын тілінде meme сөзі «мим» деп оқылады, ғаламтордың қазақстандық сегментінде Рунет нұсқасы қолданылатындықтан, орыс тіліндегідей *мем* атауы жұмсалып жүр [106].

Әлеуметтік желілер тілін зерттегенде дайындықсыз жазбаша тіл ұғымы қоса жүретіндігі алдыңғы тарауларда сөз болды. Бұл әлеуметтік желі тілінің ауызекі сөйлеуге де, жазбаша тілге де жақындығын білдіреді. Әлеуметтік желі тілі – қарым-қатынастың осы екі формасының тұтастығын, бір жерге тоғысқандығының көрінісі екендігін жұмыстың өн бойында атап өттік.

Әлеуметтік желі тілі дайындықсыз жазба тілдегі холизм бағытының (грекше ὅλος холос «барлығы, бүтін» деген мағына білдіреді, әртүрлі жүйелер (мысалы, физикалық, биологиялық, әлеуметтік) тек бөліктердің жиынтығы ретінде емес, тұтастай қарастырылуы) ғана емес, сонымен бірге иероглифтенудің белсенділігімен сипатталады.

Холизм – бүтіннің бөліктерден басымдығы, бүтіннің бөлік жиынтықтарынан қорытылмауы. Психологиялық мәнде «холизм» – бөліктерге бөлінгенге дейінгі бүтінді көру болса, когнитивтік тұрғыдан – бүтіндік мәнді оның бөліктерінің жиынтық мағынасынан тыс «ұстап қалу». Интуиция холизмнің базалық формаларының бірі болып табылады. Иероглифтену мен холизм бағыты бір-бірімен байланыста, ажырамас бірлікте жұмсалады.

Иероглифтену әлеуметтік желі аясында Интернет-мемді жасаушы жаңа таңбалық жүйе ретінде өріс алып отыр.

Кейбір деректерге сүйенсек, *мем* терминін ең алғаш қолданған ғалым Рихард Земон. Ғалым 1904 жылы зоология саласындағы еңбегінде репликацияны, яғни әлдебір ағзаның өз-өзін қайталап, көшіре беру қабілетін түсіндіру үшін *мем* деген терминді пайдаланған. Ғылыми ортада көптеген жылдар бұл атау осы мағынада қолданылады [106].

1976 жылы Ричард Докинз The Selfish Gene («Өзімшіл ген») деп аталатын әлеуметтану саласы бойынша жарық көрген еңбегінде *мем* ұғымын пайдаланады, терминнің мәні мен қолданылу жай-жапсарын анықтайды. Автордың түсіндіруінде, табиғатта жанды дүниенің бәрі өз-өзін көшірудің арқасында өсіп өнеді. Оны белгілі бір сипат-функцияны ұрпақтан ұрпаққа жеткізіп отыратын ген арқылы көреміз.

Р. Докинздің айтуынша, дәл осы тәрізді мәдениет саласында да әлдебір ақпаратты сақтап, тарататын ақпарат бірлігі бар, ол – *мем*.

*Мем* дегеніміз – мәдени ақпаратты, яғни ұқсастықты жеткізудің негізгі бірлігі.

Р. Докинз пікірлерді, әуендерді, адам жиі қолданатын сөздерді (мысалы, сөйлеу тілінде жиі кездесетін «*деп қояд дид*» деген сияқты), тағам атауларын, афоризмдерді, тіпті Құдай туралы түсінікті де *мем*-ге жатқызған. Басқаша айтқанда, саналы әлде бейсаналы түрде ауызша, жазбаша, бейнежазба, ғұрып, басқа да жолдар арқылы біреуден біреуге берілетін кез келген вирус идея. Оған репликация (адамдар бір-біріне жеткізіп таратып отырады) және мутация (таралу барысында өзгеріске ұшырайды) тән.

Психиатр В. Бехтерев, биолог Э.О. Уилсон, басқа да ғалымдар «мәдени гендер», «ментал микробтар» жайында жазады. 1994 жылы америкалық медиатанушы Дуглас Рашкофф *мемге* синоним ретінде «медиавирус» терминін енгізеді, алайда жалпы ғылыми салаларда Ричард Докинздің есімі *мем* ұғымын қолданысқа енгізуші ретінде ерекше аталады [107].

*Мем* ұғымының осылай әр салада едәуір уақыт қолданылғанына қарамастан, қазіргі лингвистика үшін жаңа деп қарастыруға болады. Сонымен бірге қысқа мерзімде гуманитарлық салалар үшін *мем* орталық ұғымның біріне айналып үлгерді.

Виртуалды қатынастағы Интернет-мемге арналған әдебиеттерге сүйенсек, Интернет-мемді айқындауға байланысты тар және кең мағынадағы пікірлер кездеседі. Тар мағынада Интернет-мемді кез келген ақпаратты немесе фразаларды тұрақты түрде тарату арқылы Интернет-қатынастағы дайындықсыз (спонтанды) танымалдылық құбылысы ретінде түсіндіреді (Ю.В. Щурина) [66, с. 147-152]. Ал кең мағынада Интернет-мем әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының жабық қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін мәдени код, жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған (Н.Г. Марченко) мәдени код ретінде сипатталады [72, с. 2-20].

Интернет-мем желі арқылы берілетін күрделі менталды құрылым, ол екі бөліктен тұрады: вербалды (мәтін) және паратілдік (сурет). Бұл екі бөлік бірлесе отырып, онлайн қауымдастыққа қандай да бір идеяны ұсынады.

Интернет-мем желі қолданушыларының өзара шығармашылық нәтижесі болып табылады, сәйкесінше Интернет-мемнің бекітілген нақты шығарушысы болмайды.

Интернет-мемнің ең бір ұтымды жағы неғұрлым өзекті пікірдің болуы және қысқалығы, олардың негізгі бағдары да – осы. Сонымен бірге әрі қарай жалғасын оқырман (желі қолданушысы) тарапынан табады, демек, оларда идея жалғастығы, мәреге жетудің ашықтығы бар. Әлеуметтік желілердегі Интернет-мемдерді шолып шыққанда, оған тән болып келетін мынадай белгілер байқалды: сәйкессіздік, кейде шектен шығушылық, әдейі бұрмалаушылық, тілдік берілуінің мағынасыздығы (абсурд) да кездеседі, коммуниканттар пресупозициясының әлеуметтік мәдени тұрғыдан ортақтығының көрінісі.

Интернет-мемдер вербалды, бейвербалды және гибридтік негізде жасала отырып, негізгі екі белгіге ие болады: жаңғыртпалылығы (қайта жаңғыртушылығы) және ғаламтордағы айналымының жоғары жылдамдығы. Сол арқылы мемдер жаңартылып отырады, араласады, мутацияға ұшырайды, ғаламтор қауымдастығының вербалды-визалды тілін ерекшелендіре және күрделендіре түседі. Мемдер қазіргі заманауи шындықтың құбылыстарын және мәдени стереотиптерді бейнелейді, соған орай желі қолданушылары үшін қызықты әрі өзекті болып келеді.

Интернет-мемдер прецеденттік феномендердің бір түрі ретінде қарым-қатынас актілерінде белсенді қолданылады, белгілі бір тілде сөйлейтін мәдени-тілдік ұжым өкілдерінің барлығына жете таныс. Прецеденттіліктің интертекстуалдылық ұғымымен байланысын ескерсек, мемдердің әмбебап қасиеті болатындығын атап өтеміз. Интернет-мемдердің интертекстуалдылық сипаты олардың ой, мән-мағына тудыру ерекшелігінде жатыр.

Ю.В. Щурина көрсетілген еңбегінде Интернет-мемнің комизмді тудыратын табиғатына назар аударады. Бұрын-соңды комика тудыру қаламгерлердің ұшқыр ой, өткір сөздерінен туындайтындығы ескерілетін. Жалпы алғанда, комизм құбылысы ерте заманнан сан түрлі салада қарастырылып келе жатыр. Алғашқыда философия, логика, эстетика, психология, әдебиеттану, шешендік өнер, кейіннен ғана тіл білімінің зерттеу нысаны болғандығы белгілі. Сөз құбылту («сөзойнатым» деп те аталады) тәсілі өзінің «үнемшілдігімен», әрі өткірлігімен бір мезгілде имплицитті әрі экспилицитті екі түрлі мағына, ой туғызуымен ерекшеленді. Ю.В. Щурина қазіргі Интернет-кеңістіктегі желі қолданушылар тарапынан креолды мәтіндерді пайдалану күшейіп келе жатқандығын жаза отырып, олардың көңіл көтеру, юморлық мәніне баса көңіл бөледі. Автор осы орайда Интернет-мемдер жайында былай жазады: «Интернет-мемы можно считать специфическим источником комизма, природа которого обусловлена действием иных, отличных от используемых в традиционных сферах общения механизмов» [66, с. 147].

Қазіргі ғаламтор кеңістігіндегі Интернет-мемдерді түрлі топтарға ажыратып жүр:

– мәтіндік мемдер;

– бейнелеу мемдері;

– медиа мемдер;

– креолды мемдер.

Бейнелеу мемдері екі түрлі болып келеді: нақты суреттен тұрады (мысалы, қолымен бетін жабу, «ұят» мағынасын білдіреді) немесе графикалық редактордың көмегімен өзгертілген, өңделген суреттен тұруы, мұны ғаламтор тілінде «фотожаба» деп те атайды. Ю.В. Щурина өз мақаласында бұған мысал ретінде «Аленка» шоколадының орамасындағы танымал қыз суретінің «Арменге» («Реальные пацаны» телесериалының кейіпкері) өзгеруін алады (11-сурет) [66, с. 150].



Сурет 11 – Бейнелеу мемі

Медиамемдерге желі қолданушыларының жеке парақшаларында орналастырылған бейнежазбалар жатқызылады.

Креолды мемдерге тілдік және паратілдік элементтерден тұратын *мем* түрлері енеді.

Мәтіндік мемдер кітаптар мен фильмдерден, жарнама, жаңалықтардан алынған дәйексөздер, пікірлер, әртүрлі әлеуметтік топтарда қолданылатын сленгтер, жаргон сөздер, ауызекі тіл элементтері болуы мүмкін.

Сонымен бірге Интернет-мемнің екі бөліктен тұратындығын (мәтін+сурет) ескерсек, оларды басты екі топқа ажыратуға болады: креолды мемдер (сурет+мәтін) және бірыңғай мәтіндік мемдер.

Креолды мемдер біртекті мағыналық жүйеге ие, екі түрлі құрылымдық деңгейден тұрады: тілдік (вербалды), визуалды (графикалық, сурет, дыбыстық т.т.), дыбыстық-музыкалық, әлеуметтік желілерде тілдік жағын дыбыспен беру де кездеседі.

Мысалы (KzMemes парақшасынан), (12-сурет).



Сурет 12 – Креолды Интернет-мемдер

Креолды мемдер кейбір жағдайларда танымал фразаларды қалыптастырудың платформасына айналады десек те болады, өйткені олардың кейін желі қолданушылары оңай түсінетін мәтіндік мемге ауысуы әбден мүмкін (13-сурет).



Сурет 13 – Мәтіндік мем

Мәтіндік мемдер сөздер мен сөйлемдерден құралады. Мысалы: *Ұятмен*;

*Беташар*; *Тойхана*//Т*оюхана*; *Бәкеден келдім* т.б.

Мәтіндік мемдер құрылымы жағынан мынадай топтарға бөлінеді:

1) сөз-мемдер;

2) сөз тіркесінен жасалған мемдер;

3) сөйлем-мемдер.

Енді осылардың әрқайсысына мысалдар келтірейік.

*Сөз-мемдер:*

*Той*; *Ұятмен*; *Беташар*; *Тойхана*//*Тоюхана*; *Құдалық*; *Билік*; *Дінспектор*;

*Сөйлемет*; *Күйеулокация*; *Тұсаукешер*; *Жейберализм*; *Чатриот*; *Оралман* (Орал қаласының тумасы); *Сүрприз* (ауылдан келген тосын сый) т.б.

*Сөз тіркесі мемдері:*

*Қалың мал*; *Көк тудың желбірегені*; *Морадермін ғо...*; *Жастық шақ*; *Халк-қа қызмет көрсету орталығы*; *Қарихи оқиға*; *Цифрлық Қазақстан* т.б.

*Сөйлем-мемдер:*

*Он сегіз бен жиырма бес қайтып келмейді*! *Бәкеден келдім*; *Саналы ұрпақ – жарқын болашақ*; *Сыбайлас жемқорлық – ғасыр дерті*; *Сіз кереметсіз*! *Қалайсың, брат*? *Брат, сенде каспийде ақша жоқ па*? *Даусыңыз маңызды*! *Журналистерді қудаламаңыз*! т.б.

Сөз-мемдер негізінен зат есім түрінде, сондай-ақ сын есімдер, ішінара үстеулер, біріккен, күрделі сөздер, кірме сөздер түрінде ұшырасады. Сөз тіркесі мемдері тілдегі сөз тіркесінің байланысу тәсілдерін негізделеді, қабысу, матасу, қиысу қолданылса, сөйлем-мемдер де құрылымдық жағынан жай сөйлем, сұраулы, лепті сөйлемдер, ішінара құрмалас сөйлемдерден тұрады.

Мәтіндік мемдердің, сол сияқты креолды мемдердің де қамтитын тақырыбы әр алуан: саясат, қоғамдық-әлеуметтік өмір, желі қолданушыларының жеке өмірі мен әуестігі т.т.

Интернет-мемдердің астарлы мағынасы болады. Олар өздеріне тән арнайы белгілерге ие бола отырып (бұрмалау, шектен шығу, мағынасыздық), сонымен бірге қоғамдық-әлеуметтік өмірге желі қолданушының көзқарасын білдіреді. 10-суретте берілген креолды мемде *Бәкеден келдім. Вы приняты* қоғамдағы орын алып отырған сыбайлас жемқорлықты ирониямен беру бар. Қазіргі қазақ қоғамындағы тілдік ахуалды да (қазақша мен орысшаны араластырып сөйлеу) қаз қалпында көрсете отырып, қоғамдық мәселені сол қалпында бейнелейді. *Жейберализм* сөз-мемі де тілдік норманы бұрмалау арқылы желі қолданушысының қоғамдық келеңсіздікке деген өзіндік үнін білдіреді.

Бұрмалау мына жағдайларда көрінеді: дыбыстық және мағыналық бұрмалау, гибрид атаулар.

Дыбыстық бұрмалау арқылы жасалған Интернет-мемдер: *Чатриот* (п~ч); *Сүрприз* ((ю~ү); *Тұсаукешер* (с~ш); т.т.

Мағыналық бұрмалау: *Оралман* (Орал қаласының тұрғындарына қатысты қолдану).

Гибрид атаулар: *Сөйлемет* (тез сөйлейтін адам); *Күйеулокация*; *Жейберализм* <https://www.facebook.com/janasozdik/>.

Дыбыстық бұрмалау негізінде пайда болған мемдерде ащы кекесін, тұспал, ишара бар болса, мағыналық бұрмалауларда көбінесе жеңіл юмор қатысады. Қоғамдағы келеңсіздіктермен қатар әртүрлі жағдайларға байланысты орын алған өзгерістер де Интернет-мемнің тақырыбы бола алады. Мысал ретінде пандемиядан кейінгі немесе санитарлық шектеу кезіндегі өзгерістерді алсақ болады. Тақырыпқа қатысты *Тоюхана* («Тойхана» емес), *Ұятмен* мемдері пайда болды, алғашқысы той өткізілуге тыйым салынуына орай кәдуілгі тойхананың ендігі жерде ойын-сауық емес, тойып тамақ ішуге арналғандығын меңзесе, екіншісі пандемия уақытында тойға қатысып, ауру жұқтырғандарды сынайтын мәнде қолданылады. Желі қолданушысының жеке бастамасымен мем жасалады, соның бірі ретінде 14-суретті келтіреміз.

Интернет-мемдердің көрсетілген тілдік жақтарымен қоса, мына ерекшеліктері де желі қолданушыларының қызығушылығын тудырады, олардың оқырманын көбейтуге қызмет етеді. Сол ерекшеліктерінің арқасында мемдер ғаламтор кеңістігіне кең таралып кеткен. Атап айтқанда:

* автордың маңызды саналмауы;
* тапқырлықпен жасалуы;
* эмоциялылығы;
* қоғам үшін өзекті тақырыпқа құрылуы;
* астарлы мағынаның болуы;
* оны әрі қарай талдау немесе талқылау мүмкіндігінің болуы, яғни ашықтығы;
* өзгертуге бейімділігі т.б.



Сурет 14 – Креолды Интернет-мем

Қазақстан жаһандық Интернет-кеңістіктен тыс қала алмайды. Еліміздегі ақпараттық кеңістікке тікелей ықпал етіп, әлемде және республикада болып жатқан әртүрлі өзгерістерді, оқиғаларды, үдерістерді өз призмасы тұрғысынан жеткізетін желі платформалары бізде де бар. Әлеуметтік желі, видеохостинг және мессенджерлердің қарқынды дамуы қазақ және орыс тілдерінде жергілікті мемдердің таралуына мүмкіндік беріп отыр. Интернет-мемді жасаумен айналысатын аккаунттар Қазақстанда да пайда болуда.

Солардың бірқатары мыналар: KzMemes парақшасы; alpystogyz; Le Shapalaque Comics; Жаңа сөздік; Киелі тезек; желі қолданушылары Мұрат Ділманов, Жазира Өміровна және т.б.

Интернет-мемдерге қатысты тағы бір мәселе – оларды тіл мәдениеті тұрғысынан қарастыру. Қазіргі кезде жалпы әлеуметтік желілердегі сауатсыздық мәселесі жиі қозғалады, оны бірінші тарауда баяндадық. Желілік этикет әлеуметтік желідегі креолдылықты айналып өте алмайды, тіл мәдениетінің біз сөз еткен Интернет-мемдерге де қатысы зор.

Әлеуметтік желідегі сөйлеу мәдениетін сақтау ана сөзді былай жаз, мына сөзді осылай жазу керек деген сияқты түзетумен шектелмесі анық. Әрине, мұндай нұсқаулар да керек, ол – анық. Сонымен бірге біз мәселенің түп-төркініне үңілуміз керек. Мәселенің түп-төркіні, ол – желі қолданушыларының тілдік құзіреттілігінде жатыр. Әлеуметтік желі қолданушыларының тілдік біліктілігі неғұрлым жоғары болса, олар саналы түрде дұрыс жазу машығын қалыптастырады, сауатсыздықтан арылады. Сондықтан жалпы қоғамның, оның ішінде ғаламтор қатынасы да кіреді, тілдік деңгейін көтеруге қызмет етуіміз керек.

Тіл мәдениетімен ұзақ жылдар айналысып келе жатқан ғалым Н. Уәлиұлы мұндай құзіреттіліктің үш түрін көрсетеді:

1) біліктілік құзіреті (жоғары білікті маман ретіндегі құзіреті);

2) тілдік құзіреті (ана тілін тиісті деңгейде білуі);

3) лингвистикалық құзіреті (әдеби тіл нормалары, тілдің негізгі даму үрдістері жөнінде тиісті деңгейде лингвистикалық біліктілігінің болуы) [108].

Осы үш түрлі құзіреттілікке ие желі қолданушылары да аз емес. Алайда әлеуметтік желінің шапшаңдығы мен дайындықсыз жазбаша қатынастың басымдылығынан, соған төтеп бере алмай, шылауында кететін, желі қолданушылары да едәуір. Оған орыс тілінің, ішінара ағылшын тілінің ықпалын қоссаңыз, желідегі шалажансар тілдің қалай пайда болатындығы өз-өзінен түсінікті.

Бізге осындай тілдік келеңсіздіктің алдын алу керек. Ол әсіресе жастар арасында, жоғары оқу орындарында, түрлі білім беру мекемелерінде қазіргі қоғамдық өмірге негізделген курстар жүргізудің маңыздылығы. Солай ғана қазақтілді Интернет-кеңістіктегі сапалылықты арттыруға болады. Ғылыми негізделген, нақты өмір шындығымен біте қайнасқан курстар сапалы контент қалыптастыратындығы анық.

Осындай қадамдар желі қолданушыларының тілдік санасын жетілдіреді. Тілдік сана қоғамдық сананың бір бөлігі бола отырып, адамның сөйлеу әрекеті тетіктерін басқарады. Тілдік сана – танымның құрамдас бөлігі.

В.А. Маслова осы танымдық бірлікті «адамның құндылықтарды, заттар мен құбылыстардың универсалды байланысын тану мүмкіндіктерін әрі сол сабақтастық негізінде әрекет ету өзгешеліктерін» қарастыра отырып, «кез келген ілімнің қалыптасуын дәйектейтін құрылғы» деп атап көрсетеді [109].

Қазіргі кезде тіл мәдениетінің зерттеу бағыты да танымға қарай ойысқаны шындық. Тіл мәдениеті сөздің коммуникативтік сапасын жекелеген сәтті немесе сәтсіз деректерге қарай талдауға қанағаттанбайды, тіл мәдениетін сөз актісінің аяқталған нәтижесі қызықтырады. «Сөз айтылғанға (жазылғанға) дейін де, яғни вербалданғанға дейін адресант-автордың «айтсам», «жазсам» деген діттемі, «нені айтсам» (жазсам), «қалай айтсам» (жазсам) деген мақсаты, қызығушылығы болады» [48, б. 9].

Бұл айтылған ғылыми пікірлердің Интернет-қатынас тіліне де тікелей қатысы бар. Интернет-қатынаста желі қолданушылар қарым-қатынасқа дейінгі кезеңді де, тілдік сипат алып, қолданысқа ие болған вербалды кезеңді де назарынан шығармай, сөз сапасын талдап, тексеріп отыруды ойдағыдай жүзеге асыру керек. Бұның сөз қолданыстармен қатар бейвербалды құралдарға да бірден-бір қатысы бар. Ұлттық сипаты бар бейвербалды амалдарды Интернет-мемдер үшін пайдалану алдағы уақыттың еншісінде.

Тараушаны қорытындыласақ, Интернет-мемдер – ғаламтордың жанрлық құрылымдарының күрделене түсуі мен дамуына орай пайда болды. Олар аталған бейвербалды құралдарға қарағанда бай семантикасымен, жоғары экспрессивтілікті білдіруімен ерекшеленеді. Интернет-мемнің осы қасиеті олардың Интернет-кеңістікте жылдам әрі кең таралуына мүмкіндік берді.

Интернет-мем дегеніміз – әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін және жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған мәдени код.

Интернет-мем желі арқылы берілетін күрделі менталды құрылым, ол екі бөліктен тұрады: вербалды (мәтін) және паратілдік (сурет). Бұл екі бөлік бірлесе отырып, онлайн қауымдастыққа қандай да бір идеяны ұсынады.

Осымен байланысты Интернет-мемдер екі топқа ажыратылады: креолды мемдер (сурет+мәтін) және бірыңғай мәтіндік мемдер.

Креолды мемдер біртекті (гомогенді) мағыналық жүйеге ие, екі түрлі құрылымдық деңгейден тұрады: тілдік (вербалды), визуалды (графикалық, сурет, дыбыстық т.т.), дыбыстық-музыкалық, әлеуметтік желілерде тілдік жағын дыбыспен беру де кездеседі.

Мәтіндік мемдер құрылымы жағынан мынадай топтарға бөлінеді: 1) сөз-мемдер; 2) сөз тіркесінен жасалған мемдер; 3) сөйлем-мемдер.

Интернет-мемге тән белгілер ретінде мыналар аталады: сәйкессіздік, кейде шектен шығушылық, әдейі бұрмалаушылық, тілдік берілуінің мағынасыздығы, коммуниканттар пресупозициясының әлеуметтік мәдени тұрғыдан ортақтығының көрінісі.

Интернет-мемдердің астарлы мағынасы болады. Олар өздеріне тән аталған белгілерге ие бола отырып (бұрмалау, шектен шығу, мағынасыздық), сонымен бірге қоғамдық-әлеуметтік өмірге желі қолданушының көзқарасын білдіреді.

Интернет-мемдерді тіл мәдениеті тұрғысынан қарастыру – Интернет тіліндегі өзекті мәселенің бірі. Осы орайда желі қолданушыларының тілдік біліктілігін арттырудың маңызы өте зор.

**Үшінші бөлім бойынша қорытынды**

Жалпы бейвербалды амалдар қарым-қатынас барысында өте көп ақпарат алуға болатын қатынастың ерекше құралы. Қазіргі кезде әлеуметтік желілердің күнделікті тұрмысымызға қарқынды енуі Интернет-қатынас тіліндегі бейвербалды амалдарды көбейтті және оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті. Интернет-қатынастың бейвербалдылыққа шындап бет бұруы таңбалау құралы ретінде эмотикондардың, графикалық және креолдылықтың пайда болуымен сипатталады, эмотикондар мен стикерлер, демотиваторлар, Интернет-мемдер, комикстер т.т. таңбалар бейне бір «вирус» тәрізді ғаламтор мен әлеуметтік желілерде кеңінен тарап кетті.

Әлеуметтік желіде бейвербалды құралдар экспрессивтілік пен эмоцияны білдіру үшін қолданылады. Уақыт өткен сайын олар қамтитын тақырыптар да, образдар да көбейе түсуде. Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдар уақыт ағымына сай өзгеріп отырады, жаңа мағыналық реңктерге ие болады.

Әлеуметтік желідегі қарым-қатынастың өзіне тән ерекшеліктерінің бірі – эмотикондарды пайдалану. Эмотикондарды нені бейнелейтіндігіне қарай бес топқа ажыратуға болады:

1) нақты эмотикондар;

2) адамдар;

3) табиғат;

4) тағамдар;

5) заттар мен символдар.

Әлеуметтік желіде мұндай амалдар желі қолданушыларының арасындағы қарым-қатынастың мақсатын ашуға, түсінісуге мүмкіндік береді. Әлеуметтік желі үшін қазақы ұлттық болмысты білдіретін ым мен ишараға қатысты дайын смайликтерге сұранып тұрған паратілдік амалдар жетерлік, соларды желі үшін пайдалана білуіміз керек. Бейвербалды амалдардың осылай жаңашалану сипаты жаһандану, технологизациялану дәуірінде ұлттық дүниетанымымызды арттырып, ұлт ретінде өмір сүру бірегейлігімізді бекітеді.

Желіде бейвербалды амалдармен қатар түрлі мағыналық топты қамтитын тілдік бірліктер де пайдаланылады. Олар: 1) күлуді, қуануды білдіретін сөздер; 2) жабырқау көңіл-күйді білдіретін сөздер; 3) қолдау, мақұлдауды білдіретін сөздер; 4) таңырқау мағынасын білдіретін сөздер; 5) ашу-ызаны білдіретін сөздер; 6) достық қарым-қатынасты білдіретін сөздер.

Эмотикондар мен стикерлер әлеуметтік желінің ажырамас бөлігі ретінде белгілі бір дәрежеде тілдік және паратілдік бірліктерді ауыстырып қолданылады.

Интернет-мемдер – ғаламтордың жанрлық құрылымдарының күрделене түсуі мен дамуына орай пайда болды. Олар аталған бейвербалды құралдарға қарағанда бай семантикасымен, жоғары экспрессивтілікті білдіруімен ерекшеленеді. Интернет-мемнің осы қасиеті олардың Интернет-кеңістікте жылдам әрі кең таралуына мүмкіндік берді.

Интернет-мем дегеніміз – әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін және жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған мәдени код.

Интернет-мем желі арқылы берілетін күрделі менталды құрылым, ол екі бөліктен тұрады: вербалды (мәтін) және паратілдік (сурет). Бұл екі бөлік бірлесе отырып, онлайн қауымдастыққа қандай да бір идеяны ұсынады.

Осымен байланысты Интернет-мемдер екі топқа ажыратылады: креолды мемдер (сурет+мәтін) және бірыңғай мәтіндік мемдер.

Креолды мемдер біртекті (гомогенді) мағыналық жүйеге ие, екі түрлі құрылымдық деңгейден тұрады: тілдік (вербалды), визуалды (графикалық, сурет, дыбыстық т.т.), дыбыстық-музыкалық, әлеуметтік желілерде тілдік жағын дыбыспен беру де кездеседі.

Мәтіндік мемдер құрылымы жағынан мынадай топтарға бөлінеді:

1) сөз-мемдер;

2) сөз тіркесінен жасалған мемдер;

3) сөйлем-мемдер.

Интернет-мемге тән белгілер ретінде мыналар аталады: сәйкессіздік, кейде шектен шығушылық, әдейі бұрмалаушылық, тілдік берілуінің мағынасыздығы, коммуниканттар пресупозициясының әлеуметтік мәдени тұрғыдан ортақтығының көрінісі.

Интернет-мемдердің астарлы мағынасы болады. Олар өздеріне тән аталған белгілерге ие бола отырып (бұрмалау, шектен шығу, мағынасыздық), сонымен бірге қоғамдық-әлеуметтік өмірге желі қолданушының көзқарасын білдіреді.

Интернет-мемдерді тіл мәдениеті тұрғысынан қарастыру – Интернет тіліндегі өзекті мәселенің бірі. Осы орайда желі қолданушыларының тілдік біліктілігін арттырудың маңызы өте зор.

**ҚОРЫТЫНДЫ**

Қоғамдық сана және тіл мәдениеті тұрғысынан әлеуметтік желі тілін зерттеу диссертациялық жұмыста төмендегідей қорытынды жасауға мүмкіндік берді.

Бүгінгі күні әлем бойынша ғаламтордың ықпалы артты. Көптеген коммуникативтік тәжірибелер ғаламтор желісіне ауысты: желіде тілді қолдану қарқыны барған сайын күшейді, бұл ерекше коммуникативтік ортаның, ерекше коммуникативтік кеңістіктің қалыптасуына мүмкіндік берді.

Қазіргі кезде осы ерекше коммуникативтік орта – ғаламтордың – ғылыми әдебиеттерде бірнеше бағытта зерттеу нысанына алынып жүргендігін атауға болады: 1) жаңа ақпараттық кеңістік ретінде; 2) интернет-технология тудырған дербес коммуникативтік институт; 3) виртуалдану теориясы бойынша; 4) қоғамды тану мен түсінудің постмодернистік концепцияларына негізделе; 5) қазіргі жаһандану идеяларымен байланыстырыла қарастырылады.

Ғаламтор тілі жазбаша және ауызша тіл элементтерін қосады, сондай-ақ өзіндік тіл ерекшеліктерін де сақтайды, бұл ерекшелік компьютерлік қарым-қатынасқа негізделетіндіктен, ғаламтор тілін жаңа қарым-қатынас түріне айналдырады және өзіндік дискурс типі ретінде көрінеді. Бұл дискурс түрін – *ауызша-жазбаша дискурс* деп атауға болады.

Ғаламтор тілі жазба тіл мен ауызекі тілдің белгілерін біріктіре отырып, олардан ерекшеленіп тұрады. Қатынастың бұл құралында басқаларда жоқ нәрсені орындауға мүмкіндігі бар, бұл да оны қатынастың жаңа түрі ретінде қарастыруға негіз болады. Ғаламтор тілінің мәні ерекше формуламен беріледі: «*сөйлеудің ауызша формасы + сөйлеудің жазбаша формасы + компьютер арқылы туындайтын белгілер*». Қатынастың бұл құралы сөйлеу мен жазудың гибриді ғана емес, одан әлдеқайда кең.

Ғаламтор тілі – электронды қатынасқа негізделе отырып пайда болған, қатынастың үшінші түріндегі тілдік қарым-қатынас. Ғаламтор жай ғана технологиялық көрсеткіш емес, сонымен бірге ғаламтор негізгі қаруы тіл болып табылатын әлеуметтік факт. Тілсіз ғаламторды көз алдымызға елестете алмаймыз.

Ғаламтор ішіндегі «ғаламтор» іспеттес болған әлеуметтік желі қатынасы коммуникацияның жаңа түрі ретінде жаңадан дүниеге келген әлеуметтік-коммуникативтік тәжірибе және орта, бұл ортада тілді қолдану мен жаңа кеңістікке бейімделуінің өзіне тән жақтары болады. Тіл осымен байланысты мынадай қызмет атқарады: 1) желідегі қарым-қатынастың құралы; 2) желідегі қалыптасып отырған ұжымдық тәжірибенің, сананың, ойлаудың құралы, соларды жинақтау, сақтау құралы; 3) желілік мәдениеттің қалыптасу құралы.

Жұмыста әлеуметтік желіге тән сыртқы ерекшеліктер ретінде мыналар аталды: 1) анонимділік; 2) желідегі байланыстың желі қолданушысының еркі мен қалауы бойынша іске асатындығы; 3) эмоционалдылықты беруде мәтінмен қоса бейвербалды амалдардың қолданылуы; 4) желідегі әрекеттердің жалпыға ортақ әлеуметтік нормалардан ауытқушылығы.

Сонымен бірге әлеуметтік желі ауызша және жазбаша қатынас түрлерімен сөйлеу барысындағы сөйлеушінің қатысы мен атқаратын қызметі жағынан, дайындықсыздық немесе алдын ала дайындалғандығы бойынша, игерілу және қабылдау тәсілдері тұрғысынан, өмір сүру формалары мен нормалану дәрежесі, бейвербалдылықтың қатысуы мен қолданылу нәтижесі бойынша ерекшеленді. Қазақ тілі әлеуметтік желіде белсенді қолданылатын шынайы факті ретінде өмір сүреді.

Әлеуметтік желіні тіл мәдениеті айналып өте алмайды. Қазіргі желі қолданушылар үшін ғаламтор тілінің мәдениеттін қалыптастырған жөн. Ғаламтор тілінің мәдениетінде сөйлеу этикетінің алатын орны ерекше. Сөйлеу этикеті жаңа коммуникативтік орта болып табылатын – ғаламтордың –ерекшеліктеріне сай бейімделеді. Кеңістік-уақыттық шектеулердің болмауы, синхронды және асинхронды қарым-қатынас жасау мүмкіндігі, жоғары дәрежедегі анонимділік және Интернет-қатынастың адам қызметінің барлық салаларында қолданылуы ерекше желілік этикеттің пайда болуына негіз болады. Ғаламтор тілінің мәдениетінде оған кері әсер ететін факторлар оның бірқатар жанрлары, айталық, фейк, троллинг және оның түрлері саналатын флейм, флуд, оффтоф т.т. өмір сүреді. Ғаламтор тілінің мәдениетінде үйлесімді қарым-қатынас құруда сөйлеу сыпайылығының орны ерекше. Сондай-ақ оған кері құбылыс сөйлеу агрессиясы да әлеуметтік желі тілінде жиі ұшырасады. Сөйлеу агрессиясын неғұрлым азайту ол желі қолданушыларының жауапкершілігіне, шынайылығына, ғаламтор мәдениетін терең игеруіне, құзіреттілігіне байланысты.

Әлеуметтік желінің тілі өзіндік ерекшеліктерге ие, оның ауызша әрі жазбаша формада көрініс табуы аталған екеуінің де белгілерін өзіне қосқан стилистикалық әртүрлілігімен, көп функционалдылығымен, көптілділігімен, табиғатының жылдамдығымен сипатталады.

Әлеуметтік желі тілінің лингвостилистикалық ерекшеліктері коллоквиализация, экспрессивтілік, көпкодтылық және желі тіліндегі сөйлеудің тұрпайылануы мен жұтаңдығы, уәжсіз көптілділігі болып табылады.

Коллоквиализация ұғымы ауызекі сөйлеу тіліне тән сөздердің әдеби нормаға енуін білдіреді. Әлеуметтік желіде жазбаша тіл басым, алайда соған қарамастан желі қолданушылар ауызекі сөйлеуге тән тілдік бірліктерді қолдануға ұмтылады. Әлеуметтік желі тілінде экспрессивтілік түрлі амалдармен, тәсілдермен беріледі. Желі қолданушылары қарым-қатынаста белгілі бір мақсатты көздей отырып, өз сөздерін айқын, мәнерлі, күшті әсер ететіндей етіп шығаруға тырысады. Ерекше орынды сөз құбылту (эрративтерді пайдалану, сөз шығармашылығы т.т.) алады, экспрессивтілік жеке қолданушыларға ғана емес, жалпы желі қауымдастығына тән. Әлеуметтік желідегі мәтіндер тек табиғи тілдік бірліктерден емес, графикалық, шрифтік, визуалды іспеттес құралдардан тұрады, бұл өз кезегінде желі тілінің көпкодтылығын айқындайтын белгі. Көпкодтылық мәтін мағынасын түсінуге тілдік бірліктермен бірлесіп қызмет етеді. Әлеуметтік желілердегі қарым-қатынастың кейбір ерекшеліктері сөйлеу мәдениетінің дөрекіленуі мен арзанқолдылық, жұтаңдық сипат алуына соқтырып отыр. Өзге тілдің элементтерін орынсыз араластырып сөйлеу уәжсіз көптілділікті көрсетеді.

Әлеуметтік желі қатынасындағы бұл лингвостилистикалық ерекшеліктердің тілдік деңгейде көрінуі әртүрлі сипатта. Коллоквиализация мен экспрессивтілік шамамен тең дәрежеде лексика, фразеология, морфология деңгейінде көрінсе, фонетика бойынша азырақ деңгейде байқалады. Көпкодтылық пен сөйлеудің тұрпайылығы, жұтаңдығы және арзанқолдылығы, уәжсіз көптілділік лексика мен фразеологияда байқалады. Бұдан әлеуметтік желі тілі әсіресе лексикада көп өзгерістерге ұшырайтындығы, басқа тіл деңгейлерімен салыстырғанда лексиканың ерекше көзге түсетіндігі нақты көрінеді.

Әлеуметтік желілердегі прагматикалық аспект желі қолданушыларына сайт ұсынатын техникалық мүмкіндіктермен тығыз байланысты.

Әлеуметтік желілердегі өзін-өзі таныту (кейде ол жарнамалауға ұласып жатады) мультимедиялық жолдармен де, тілдік бірліктер арқылы да беріледі. Адамдардың әлеуметтік желіге жүгінуінің басты себептері: 1) қарым-қатынас, байланыс жасау қажеттілігі; 2) ақпарат алмасу, ақпаратты алу, бөлісу, тарату, жарнама жасау, құлақтандыру, хабарландыру, қоғамдық пікір қалыптастыру, пікірталас жүргізу; 3) өзін өзі таныстыру, көрсету, жарнамалау. Әлеуметтік желілер бұл мақсаттарды жүзеге асыру үшін мынадай қызмет тетіктерін ұсынады: хабарлама жіберу, жаңалықтар, қауымдастық құру, аватар, статус, сурет (фото) және бейнематериалдар салу мүмкіндіктері, қолданушылардың жеке ақпаратына арналған бөлімдер.

Диссертациялық жұмыста әлеуметтік желідегі қарым-қатынас арналарының іске асу сипатына қарай сөйлеу әрекетінің негізгі деген төрт стратегиялық бағытын ажыраттық: 1) байланыстық; 2) ақпараттық; 3) үйлестірушілік; 4) эмотивтілік.

Ал әлеуметтік желі қолданушыларының негізгі деген коммуникативтік типтері мынадай түрлерге топтастырылды: белсенді тілекшілер, мәселені шешушілер, комментаторлар, әңгімелесушілер, хабар таратушылар, бақылаушылар, АКА, селф-промоутерлер, аггресорлар.

ҒТБ – адам санасында өмір сүру тәжірибесі арқылы қалыптасып, соның әсерінен тілдік өзгеріске түсіп, дамып отыратын ақпараттар жүйесі. Қазіргі қоғам өмірінде ғаламтордың, әлеуметтік желілердің белсенді қолданылуымен байланысты *желілік ғалам бейнесі* қалыптасып отыр. Бұл желі ұсынатын ақпараттардан, желіге тән негізгі ұғымдардан көрінеді. Қазақ тілі лексикасы мағыналық даму арқылы «желілік» сипат алып, өзгерістерге ұшырауда. Қазақтілді желілік ғалам бейнесінің кеңейе түсуі әлеуметтік желі интерфейстерінің қазақшалануына да байланысты.

Бейвербалды амалдар қарым-қатынас барысында өте көп ақпарат алуға болатын қатынастың ерекше құралы. Қазіргі кезде әлеуметтік желілердің күнделікті тұрмысымызға қарқынды енуі Интернет-қатынас тіліндегі бейвербалды амалдарды көбейтті және оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті. Интернет-қатынастың бейвербалдылыққа шындап бет бұруы таңбалау құралы ретінде эмотикондардың, графикалық және креолдылықтың пайда болуымен сипатталады, эмотикондар мен стикерлер, демотиваторлар, Интернет-мемдер, комикстер т.т. таңбалар бейне бір «вирус» тәрізді ғаламтор мен әлеуметтік желілерде кеңінен тарап кетті.

Әлеуметтік желіде бейвербалды құралдар экспрессивтілік пен эмоцияны білдіру үшін қолданылады. Уақыт өткен сайын олар қамтитын тақырыптар да, образдар да көбейе түсуде. Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдар уақыт ағымына сай өзгеріп отырады, жаңа мағыналық реңктерге ие болады.

Әлеуметтік желідегі қарым-қатынастың өзіне тән ерекшеліктерінің бірі – эмотикондарды пайдалану. Эмотикондарды нені бейнелейтіндігіне қарай бес топқа ажыратуға болады: 1) нақты эмотикондар; 2) адамдар; 3) табиғат; 4) тағамдар; 5) заттар мен символдар.

Әлеуметтік желіде мұндай амалдар желі қолданушыларының арасындағы қарым-қатынастың мақсатын ашуға, түсінісуге мүмкіндік береді. Әлеуметтік желі үшін қазақы ұлттық болмысты білдіретін ым мен ишараға қатысты дайын смайликтерге сұранып тұрған паратілдік амалдар жетерлік, соларды желі үшін пайдалана білуіміз керек. Бейвербалды амалдардың осылай жаңашалану сипаты жаһандану, технологизациялану дәуірінде ұлттық дүниетанымымызды арттырып, ұлт ретінде өмір сүру бірегейлігімізді бекітеді.

Желіде бейвербалды амалдармен қатар түрлі мағыналық топты қамтитын тілдік бірліктер де пайдаланылады. Олар: 1) күлуді, қуануды білдіретін сөздер; 2) жабырқау көңіл-күйді білдіретін сөздер; 3) қолдау, мақұлдауды білдіретін сөздер; 4) таңырқау мағынасын білдіретін сөздер; 5) ашу-ызаны білдіретін сөздер; 6) достық қарым-қатынасты білдіретін сөздер.

Эмотикондар мен стикерлер әлеуметтік желінің ажырамас бөлігі ретінде белгілі бір дәрежеде тілдік және паратілдік бірліктерді ауыстырып қолданылады.

Интернет-мемдер – ғаламтордың жанрлық құрылымдарының күрделене түсуі мен дамуына орай пайда болды. Олар аталған бейвербалды құралдарға қарағанда бай семантикасымен, жоғары экспрессивтілікті білдіруімен ерекшеленеді. Интернет-мемнің осы қасиеті олардың Интернет-кеңістікте жылдам әрі кең таралуына мүмкіндік берді.

Интернет-мем дегеніміз – әлеуметтік желідегі ғаламтор қолданушыларының қауымдастығы үшін өмір/желі тәртібін көрсететін және жеке коммуникативтік пресуппозицияларды креолды және мәтіндік түрге жылдам айналдыруға бағытталған мәдени код.

Интернет-мем желі арқылы берілетін күрделі менталды құрылым, ол екі бөліктен тұрады: вербалды (мәтін) және паратілдік (сурет). Бұл екі бөлік бірлесе отырып, онлайн қауымдастыққа қандай да бір идеяны ұсынады.

Осымен байланысты Интернет-мемдер екі топқа ажыратылады: креолды мемдер (сурет+мәтін) және бірыңғай мәтіндік мемдер.

Креолды мемдер біртекті (гомогенді) мағыналық жүйеге ие, екі түрлі құрылымдық деңгейден тұрады: тілдік (вербалды), визуалды (графикалық, сурет, дыбыстық т.т.), дыбыстық-музыкалық, әлеуметтік желілерде тілдік жағын дыбыспен беру де кездеседі.

Мәтіндік мемдер құрылымы жағынан мынадай топтарға бөлінеді: 1) сөз-мемдер; 2) сөз тіркесінен жасалған мемдер; 3) сөйлем-мемдер.

Интернет-мемге тән белгілер ретінде мыналар аталады: сәйкессіздік, кейде шектен шығушылық, әдейі бұрмалаушылық, тілдік берілуінің мағынасыздығы, коммуниканттар пресупозициясының әлеуметтік мәдени тұрғыдан ортақтығының көрінісі.

Интернет-мемдердің астарлы мағынасы болады. Олар өздеріне тән аталған белгілерге ие бола отырып (бұрмалау, шектен шығу, мағынасыздық), сонымен бірге қоғамдық-әлеуметтік өмірге желі қолданушының көзқарасын білдіреді.

Интернет-мемдерді тіл мәдениеті тұрғысынан қарастыру – Интернет тіліндегі өзекті мәселенің бірі. Осы орайда желі қолданушыларының тілдік біліктілігін арттырудың маңызы өте зор.

**ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1 Тоқаев Қ.К. Ұлттық Құрылтайдың І отырысында сөйлеген сөзінен // <https://inlnk.ru/Voz03y>. 16.06.2022.

2 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. Қазақстан Республикасындағы тіл саясатын іске асырудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы: 2019 жылдың 31 желтоқсанда, №1045 бекітілген // <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900001045>. 31.12.2019.

3 Нығметұлы Д. Қазақстан Республикасындағы тіл саясаты (1991-2015 жж.): док. PhD. ... дис. – Қарағанды, 2018. – 132 б.

4 Қазақстан Республикасы Үкіметінің Қаулысы. «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы: 2017 жылдың 12 желтоқсанда, №827 бекітілген // [https://adilet.zan.kz/kaz/ docs /P1700000827](https://adilet.zan.kz/kaz/%20docs%20/P1700000827). 10.05.2022.

5 Жұбанов А.Қ. Компьютерлік лингвистикаға кіріспе: оқу құр. – Алмата: Қазақ университеті, 2007. – 204 б.

6 Fairclough N.L. Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse Analysis // Discourse and Society. – 1990. – Vol. 3, Issue 2. – Б. 193-217.

7 Карабулатова И.С. Инозычная и национальная терминология: геополитическая вызов современного мира? // Шеттілдік терминдерді игерудің халықаралық тәжірибесі: халық. ғыл.-практ. конф. матер. жин. – Нұр-Сұлтан, 2021. – Б. 63-68.

8 Балапанов Е.Қ., Бөрібаев Б., Дүзбаева Р.М. және т.б. Интернетке кіріспе: «Бүкілдүниежүзілік өрмек». – Алмата, 2006. – 28 б.

9 Termincom.kz // https://termincom .kz/%20search/?termin=0. 05.08.2022.

10 Үдербаев А. Ғаламтор және қазақ тілінің жаңа кеңістігі // Ана тілі газеті. – 2017, наурыз – 2.

11 Горошко Е.И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // <https://core.ac.uk/download/pdf/343952107.pdf>. 05.08.2022.

12 Леонтович О.А. Проблемы виртуального общения // <https://www.freepapers.ru/18/problemy-virtualnogo-obshheniya>. 05.08.2022.

13 Садирова К.Қ. Дискурсология мәселелері. – Ақтөбе: «Колибри» баспасы, 2019. – 200 б.

14 Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. – Волгоград: ВГПУ; Перемена, 2009. – 476 с.

15 Галичкина Е.Н. Cпецифика компьютерного дискурса на на английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.202. – Волгоград, 2001. – 212 с.

16 Ахренова Н.Д. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление. – М.: Издательство МГОУ. – 220 б.

17 Алимжанова А.Б. Мультмедиалық журналистикадағы жаңа технологиялар: генезис, ерекшелік, эстетикалық қағидаттар: док. PhD. ... дис. – Алмата, 2019. – 130 б.

18 Компанцева Л.В. Гендерные основы Интернет-коммуникации в постсоветском пространстве. – Луганск: Знание, 2004. Т. 402. – 392 с.

19 Смирнов Ф.О. Национально-культурно особенностей электронной коммуникации на английском и русском языках: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Ярославль, 2004. – 224 с.

20 Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. – М.: Наука, 1979. – 360 с.

21 Crystal D. [English Language and Linguistics: General Interest](https://www.cambridge.org/core/browse-subjects/language-and-linguistics/english-language-and-linguistics-general-interest), [Language and Linguistics](https://www.cambridge.org/core/browse-subjects/language-and-linguistics). – Cambridge: Cambridge University Press, 2001. – 272 р.

22 Crystal D. Language and the Internet. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 256 p.

23 Иванов Л.Ю. Язык Интернета. Заметки лингвиста // http://www.honestnet.ru/chistyy-yazyk/yazyk-interneta-zametki. 10.05.2020.

24 Скородумова О.Б. Социокультурные функции Интернета и особенности их реализации в совремменной России: дис. ... док. филос. наук: 24.00.01. – М., 2004. – 435 с.

25 Бальжирова Т.Ж. Интернет как средство социальной коммуникации в условиях формирующего в России информационного общества: дис. ... канд. соц. наук: 22.00.04. – Улан-Удэ: Бурятский гос. ун., 2003. – 162 с.

26 Гуманитарные исследования в Интернете / под ред. А.Е. Войскунского – М., 2000. – 432 с.

27 Смағұлова Г.Н. Компьютер және ғаламтор дискурсы: термин мәселесі // Тәуелсіздік кезеңіндегі қазақ терминологиясы: конф. матер. – Астана, 2014. – Б. 160-164.

28 Сәрсеке Г. Компьютерге негізделген коммуникацияның лингвистикалық мінездемесі // Ш. Уәлиханов атындағы КМУ хабаршысы. – 2019. – №4. – Б. 100-105.

29 Ескермесова Г.А. Қазіргі пунктуация: функциясы мен коммуникативтік-прагматикалық әлеуеті: док. PhD. ... дис. – Алматы, 2022. – 155 б.

30 Жұматаев Е. Әдеби тіл мен әлеуметтік желі: тіл бәсекелестігі мен әдеби тілдің қазіргі сипаты // Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ Хабаршысы. – 2018. – №1(122). – Б. 50-57.

31 Cарсенбай Ж. А. Қазіргі қазақ тіліндегі коммуникативтік тәжірибе: норма және узус: филол. ғыл. док. … автореф. – Алматы, 2023. – 28 б.

32 Жумагулова А.А. Қазақтілді медиакеңістіктің лингвоэкологиясы: теориялық-әдістемелік негіздері тұрғысы: филол. ғыл. док. … автореф. – Нұр-сұлтан, 2021. – 81 б.

33 Заурбекова Г.О. Компьютер технологиясы атауларының қазақ тіліндегі фонетика-лексикалық игерілімі: филол. ғыл. док. … автореф. – Алматы, 2009. –24 б.

34 Ергеш Б.Ж. Қазақ тіліндегі арнайы мәтіндерді семантикалық талдау модельдері мен әдістері: 6D06200: док. PhD… дис. – Нұр-Сұлтан, 2020. – 81 б.

35 Тіл – адамның адамдық белгісінің зоры // <https://qazcorpus.kz/find/>. 02.05.2022.

36 Оразбаева Ф. Тілдік қатынас: теориясы мен әдістемесі. – Алмата, 2000. – 208 б.

37 Қазақстанда қандай әлеуметтік желілер көп қолданылады // www.24.kz // <http://surl.li/qkwrp>. 02.05.2020.

38 Internet 2022 Usage in Asia Internet Users, Facebook Subscribers & Population Statistics for 35 countries and regions in Asia. International world stats // <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>. 02.05.2020.

39 Күдеринова Қ. Қазақ жазуының теориялық негіздері. Екінші басылым, Алматы, 2010. – 380 б.

40 Слямбекова Қ. Қазақ тілінің интернет кеңістігіне бейімделуі – Intil // <https://mtdi.kz/m/til_sayasaty/id%20/164/q/2>. 02.05.2020.

41 Thurlow C. The Internet and Language // Concise Encyclopedia of Sociolinguistics. – London: Elsaivier, 2001. – Р. 287-289.

42 Әміров Р. Ауызекі сөйлеу тілі синтаксисінің ерекшеліктері. – Алмата: Мектеп, 1977. – 92 б.

43 Ghaderi J., Srikant R. Opinion dynamics in social networks with stubborn agents: Equilibrium and convergence rate // Automatica. – 2014. – Vol. 50, Issue 12. – P. 3209-3215.

44 Аяпова Т.Т. Сөйлеу онтогенезі. – Алматы: Раритет, 2003. – 280 б.

45 Сыздық Р. Тіл мәдениеті және оның проблемалары // Тілдік норма және оның қалыптануы (кодификациясы). – Астана: Елорда, 2001. – 230 б.

46 Серғалиев М. Синтаксис және стилистика: оқу құр. – Алмата: Қазақ университеті, 1997. – 150 б.

47 Балақаев М., Серғалиев М. Қазақ тілінің мәдениеті. – Алматы: Зият Пресс, 2004. – 140 б.

48 Байтұрсынов А. Тіл тағылымы (қазақ тілі мен оқу-ағартуға қатысты еңбектері). – Аламта: Ана тілі, 1992. – 448 б.

49 Байтұрсынов А. Шығармалары: өлеңдер, аудармалар, зерттеулер. – Алмата: Жазушы, 1989. – 320 б.

50 Уәли Н. Қазақ сөз элэмәдениетінің теориялық негіздері. Докторлық дисс. авторефераты. – А., 2007. – 49 б.

51 Уәлиев Н. Сөз мәдениеті. – Алматы: Мектеп, 1984. – 118 б.

52 Сәйдірахмен Ұ. Бүгінгі қазақстандық БАҚ бұқаралық па? // <https://el.kz/news/nauka/bugingi_kazakstandik_bak_bukaralik_pa_/>. 10.02.2020.

53 Байтілес Е. Желі мен желім // Егемен Қазақстан газеті. – 2015, февраль – 18.

54 Насимов М.О., Паридинова Б.Ж. Қоғам өміріндегі әлеуметтік желілердің рөлі // Молодой ученый. – 2015. – №7.2(87.2). – С. 26-28.

55 Қобыланова А. Қазақ сөз этикеті. – Алматы, 2001. – 120 б.

56 Занадворова А.В. Саморегуляция в нерегламентируемых сферах интернет-общения: речевой этикет в Живом журнале // Современный русский язык в интернете: сб. – М., 2014. – С. 93-113.

57 Кронгауз М.А. Утомленные грамотой // https://magazines.gorky. 10.02.2022.

58 Путилина Л.В. Нормы речевого общения в процессе интернет-коммуникации // Приоритетные направления развития науки и образования: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2018. – Б. 12-14.

59 Колмогорова А.В. Речевой субжанр «нигерийские письма» как одна из форм коммуникативной манипуляции // Вестник Кемеровского государственного универ. культуры и искусств. – 2012. – №19(1). – С. 29-36.

60 Ерназарова З. Сөйлеу тілі синтаксисінің прагмалингвистикалық аспектісі. – А., 2001. – 193 б.

61 Қазақстандағы әлеуметтік желілердегі өшпенділік тілінің мониторингі / құраст. П. Банников. – Алматы: Medianet ХЖО, 2017. – 80 б.

62 Гутшмидт К. Общие тенденции и специфические формы их реализации в современных славянских языках // Jazykovedny casopis. – 1998. – , №49(1-2). – С. 15-26.

63 Мырзабеков С. Қазақ тілінің фонетикасы. – Алматы, 1993. – 136 б.

64 Серғалиев М. Стилистика негіздері: оқул. – Астана: Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, 2006. – 273 б.

65 Сарекенова Қ.Қ. Қазіргі қазақ тілінің лексикологиясы: оқул. – Астана: Л.Н. Гумилев ат. ЕҰУ, 2010. – 152 б.

66 Щурина Ю.В. Интернет-мем в структуре комических речевых жанров // Жанры речи. – 2014. – №1(9). – С. 147-153.

67 Садирова К.Қ., Сүйеубаева А.Н. Әлеуметтік желідегі қазақша мәтіндердің лингвистикалық ерекшеліктері // Қазақ тілі грамматикасының қазіргі зерттеу парадигмалары және оқытудың инновациялық технологиялары: халық. ғыл.-әдістем. конф. матер. – Алматы, 2022. – Б. 123-125.

68 Моррис Ч. Основания теория знаков // В кн.: Семиотика. – М., 1983. – С. 37-89.

69 Евсеева Л.Д. Прагматика как объект исследования в зарубежном языкознании // Вестник ТГУ. – 2013. – №11(127). – С. 1-4.

70 Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.

71 Есенова Қ.Ө. Қазіргі қазақ медиа-мәтінінің прагматикасы (қазақ баспасөз материалдары негізінде): 10.02.02: филол. ғыл. док. автореф. – Алматы, 2007. – 50 б.

72 Марченко Н.Г. Социальная сеть «Вконтакте»: лингвопрагматический аспект: автореф. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Р-на-Д., 2013. – 21 с.

73 Куркимбаева А.М. Туристік блогинг: коммуникативтік стратегиялар мен тактикалар (ағылшын және қазақ тілдері материалдары негізінде): 6D021000: док. PhD. ... дис. – Алматы, 2021. – 214 б.

74 Горошко Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. – М.: Наука, 2012. – 328 с.

75 Гримов О.А. Самопрезентация личности в социальных сетях // Соцология. – 2013. – №2. – С. 59-66.

76 Селютин А.А. Коммуникативная природа социальных сетей: статус как элемент коммуникативной. структуры // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2010. – Т. 2, №6. – С. 105-107.

77 Москальская О.И. Проблемы системного описания синтаксиса. – М., 1981. – 156 с.

78 Гумбольдт В. Избранные труды по языкознанию. – М., 2000. – 396 с.

79 Серль Дж. Что такой речевой акт? // Новое в зарубежной лингвистике: сб. – М., 1986. – Вып. 17. – С. 151-169.

80 Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Изд. 5-е. – М., 2008. – 288 с.

81 Андреева (Скобликова) В.Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2009. – №5. – С. 68-73.

82 Культура русской речи / под ред. Л.К. Граудиной, Е.Н. Ширяева. – М., 1999. – 560 с.

83 Клюев Е.В. Речевая коммуникация. – М., 1998. – 224 с.

84 Brian Solis. Behaviororgraphics: Discovering the “Me” in Social Media // <http://surl.li/qkwvw>. 20.01.2020.

85 Манкеева Ж. Қазақ тілін зерттеудің когнитивтік негіздері // Тіл таным. – 2001. – №4. – Б. 39-44.

86 Ислам А. Ұлттық мәдениет контексіндегі дүниенің тілдік суреті (салыстырмалы-салғастырмалы лингво-мәдени сараптама): филол. ғыл. док. ... дис. –Алматы, 2004. – 228 б.

87 Қасымбекова А.Т. Ертегілердегі ғаламның концептуалдық бейнесі (қазақ және ағылшын тілдері негізінде): 6D020500: док. PhD. ... дис. – Алматы, 2020. – 145 б.

88 Әлеуметтік медиа статистикасы Қазақстан 1999-2024 // <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan>. 20.01.2020.

89 Ахатова Б.А. Политический дискурс и языковое сознание. – Алматы: Экономика, 2006. – 301 б.

90 Алдашев Н. Қазіргі қазақ тіліндегі қысқарған сөздер: 10.02.02: филол. ғыл. канд. ... автореф. – Алматы, 1996. – 26 б.

91 Момынова Б., Бейсембаева С. Қазақ тіліндегі ым мен ишараттың қазақша-орысша түсіндірме сөздігі. – Алматы: Қазақ университеті, 2003. – 136 б.

92 Аймауытұлы Ж. Псиқолоғия. – Алматы: Рауан, 1995. – 312 б.

93 Жұмабаев М. Педагогика. – Алматы: Ана тілі, 1992. – 156 б.

94 Байтұрсынұлы А. Әдебиет танытқыш. – Алматы: Атамұра, 2003. – 206 б.

95 Жұбанов Қ. Қазақ тілі жөніндегі зерттеулер. – Алматы: Мемлекеттік тілді дамыту институты, 2010. – 608 б.

96 Мағжан С. Қазақ тіліндегі бейвербалды элементтердің көп мағыналылығы: филол. ғыл. канд. ... автореф. – Алматы, 2007. – 24 б.

97 Момынова Б. Лидерлер имиджін қалыптастырудағы бейвербалды элементтер мен бағалауыштық лексиканың рөлі // Тілтаным. – 2003. – №1. – Б. 14-20.

98 Муканов М.М. Этнопсихологическая специфика невербальных коммуникативных знаков // Психология. Интеллект и речь. – 1972. – №2. – С. 114-118.

99 Голев Н.Д. Письменная коммуникация новейшего времени: основные векторы развития // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2012. – №2(18). – С. 5-17.

100 Войскунский А.Е. Концепции зависимости и присутствия применительно к поведению в Интернете // Медицинская психология в России. – 2015. – №4(33). – C. 9-10.

101 [Courtney Seiter](https://buffer.com/resources/author/courtney/).7 Reasons to Use Emoticons in Your Writing and Social Media, According to Science // <https://blog.bufferapp.com.> 20.01.2020.

102 Эмотикон // <https://clck.ru/39hCoH>. 24.06.2022.

103 Wolf A. Emotional Expression Online: Gender Differences in Emoticon Use // <https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/10949310050191809>. 24.06.2020.

104 Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. О своеобразии отражения мимики и жестов вербальными средствами // Вопросы языкознания. – 1981. – №1. – С. 15-23.

105 Салихова А.З. Қазақ тіліндегі комика тудырудың тілдік табиғаты: филол. ғыл. канд. ... автореф. – Алматы, 2001. – 26 б.

106 Зиядин Д. Ел іші – мем кеніші // <https://baribar.kz/132971.> 24.06.2020.

107 Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. М.: Поколение, 2007. – 304 б.

108 Уәлиұлы Н. Терминология және тілдік норма // Терминология және тіл мәдениетінің мәселелері: республ. ғыл.-практ. конф. матер. – Астана, 2004. Б. 34-46.

109 Маслова В.А. Когнитивная лингвистика. – Минск: ТетраСистемс, 2004. – 256 б.

**ҚОСЫМША А**

Сауалнама сұрақтары мен нәтижелері

Студенттерге арналған сауалнама сұрақтары:

*1. Сіз ғаламторға және әлеуметтік желілерге күніне қанша уақытыңызды кетіресіз?*

*2. Әлеуметтік желілерде сөйлескен кезде қазақ тілінің ережелерін сақтайсыз ба?*

*3. Сіз күнделікті өмірде интернет-сленгті (бұрмаланған сөздер, қысқартулар) қолданасыз ба?*

*4. Сіздің ойыңызша, әлеуметтік медиа байланысы сіздің сауаттылығыңызға әсер ете ме?*

*5. Балалар мен жасөспірімдерге әлеуметтік медиа қажет пе?*

Сурет А.1 – Студенттердің сауалнамасы

Оқытушыларға арналған сауалнама сұрақтары:

*1. Әлеуметтік желілерде сөйлескен кезде ғаламтор жаргонын өзіңіз қолданасыз ба?*

*2. Әлеуметтік желілерде сөйлескен кезде қазақ тілінің ережелерін сақтайсыз ба?*

*3. Сіз студенттеріңізден ғаламтор жаргонын жиі естисіз бе?*

*4. Сіздің ойыңызша, әлеуметтік медиа қарым-қатынас студенттердің сауаттылығына әсер ете ме?*

*5. Балалар мен жасөспірімдерге әлеуметтік медиа қажет пе?*

Сурет А.2 – Мұғалімдер сауалнамасы