

Ж.М. ЖУСУБАЛИНА¹, Б.М. ТЛЕУБЕРДИЕВ²¹*М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінің PhD докторанты
(Қазақстан, Шымкент қ.), e-mail: zhusubalinazh@gmail.com*²*филология ғылымдарының докторы, профессор
М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті
(Қазақстан, Шымкент қ.), e-mail: tleuberdiyev@mail.ru***ҚАЗАҚ МЕДИАМӘТІН ҚҰРЫЛЫМЫНДАҒЫ АНГЛИЦИЗМДЕРДІҢ
ЛЕКСИКА-СЕМАНТИКАЛЫҚ ҚЫЗМЕТІ
(қазақ тіліндегі мерзімдік басылымдар негізінде)**

Андатпа. Бұл мақаланың авторлары қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарындағы англицизмдердің таралуы, олардың медиамәтіндерде қолданылуын талқылайды. «Медиамәтін» термині қазақ ғылыми ортасында соңғы 10 жылда үлкен қызығушылыққа ие болып жатыр. Оның мұндай қызығушылыққа тап болуы бұқаралық коммуникация саласында тілдің қызметінің ерекшеліктері мен медиасөз мәселелерінің зерттелуіне ғалымдардың орасан зор мән беруіне негізделген. Қазақ тіліндегі мерзімдік басылымдар негізінде жасалған бұл зерттеу медиамәтіндегі кездесетін англицизмдерді талдап, сараптайды. Зерттеу нысаны ретінде Қазақстандағы мерзімдік басылымдардан 3 танымал газет алынды. «Егемен Қазақстан», «Алматы ақшамы» және «Оңтүстік Қазақстан» газеттерінің 3 басылымы сараланып, англицизмдер кездескен мақалалар жинақталды. Англицизмдерді мақалаларды семантикалық категориялау тәсіліне сүйене ажыратып, олардың қандай (ұлттық әлде халықаралық жаңалықтарға арналған) мақалаларда жиі қолданылатыны талданады. Категориялар алдын ала құрастырылмайды, тек зерттеу барысында пайда болады. Зерттеу үдерісі кезінде отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектеріне теориялық шолу жасалып, «медиамәтін», «англицизм» терминдеріне анықтама берілген. Зерттеудің теориялық бөлігі А. Байтұрсынов, Х. Досмұхамедов, Р. Сыздық, Қ. Әбдуәли, Г. Досжан, Л.Г. Антонова, Т.Г. Добросклонская, А. Белл, Х. Готлеб, П. Хофсти, Т. Янсон сияқты отандық және шетелдік лингвист ғалымдардың еңбектеріне негізделген.

Кілт сөздер: англицизмдер, БАҚ, медиамәтін, семантикалық категория, мерзімдік басылым, жаңалықтар, айдар.

Zh.M. Zhussubalina¹, B.M. Tleuberdiyev²¹*PhD Doctoral Student of M. Auezov South Kazakhstan University
(Kazakhstan, Shymkent), e-mail: zhusubalinazh@gmail.com*²*Doctor of Philological Sciences, Professor
M. Auezov South Kazakhstan University
(Kazakhstan, Shymkent), e-mail: tleuberdiyev@mail.ru****Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:**

Жусубалина Ж.М., Тлеубердиев Б.М. Қазақ медиамәтін құрылымындағы англицизмдердің лексика-семантикалық қызметі (қазақ тіліндегі мерзімдік басылымдар негізінде) // *Ясауи университетінің хабаршысы*. – 2022. – №3 (125). – Б. 95–106. <https://doi.org/10.47526/2022-3/2664-0686.08>

***Cite us correctly:**

Jusubalina J.M., Tleuberdiyev B.M. Qazaq mediamatin qurylymyndagy anglicizmderdin leksika-semantikalyq qyzmeti (qazaq tilindegi merzimdik basylymdar negizinde) [Lexical and Semantic Function of Anglicisms in the Structure of Kazakh Media Text (Based on Periodicals in the Kazakh Language)] // *Iasaui universitetinin habarshysy*. – 2022. – №3 (125). – B. 95–106. <https://doi.org/10.47526/2022-3/2664-0686.08>

Lexical and Semantic Function of Anglicisms in the Structure of Kazakh Media Text (Based on Periodicals in the Kazakh Language)

Abstract. The authors of this article discuss the spread of anglicisms in modern mass media, their use in media texts. The term «media text» has gained great interest in the Kazakh scientific community over the past 10 years. This interest is due to the fact that scientists attach great importance to the study of the peculiarities of language activity and the problems of media speech in the field of mass communication. This study, based on periodicals in the Kazakh language, examines and analyzes anglicisms found in the media context. 3 popular newspapers from periodicals in Kazakhstan were taken as the object of research. 3 editions of the newspapers «Egemen Kazakhstan», «Almaty akshamy» and «Ontustik Kazakhstan» were analyzed and articles with anglicisms were collected. It was distinguished anglicisms based on the semantical categorization of articles and analyzed which articles they are most often used in (for national or international news). Categories are not compiled in advance, but only appear in the course of research. During the research process, a theoretical review of the works of domestic and foreign scientists is carried out, definitions of the terms «media text» and «anglicism» are given. The theoretical part of the study is based on the works of domestic and foreign linguists such as A. Baitursynov, R. Syzdyk, K. Abduali, H. Dosmukhamedov, G. Doszhan, L.G. Antonova, T.G. Dobrosklonskaya, H. Gotleb, A. Bell, P. Hofstee, T. Janson.

Keywords: anglicisms, mass media, media text, semantic category, periodicals, news, column.

Ж.М. Жусубалина¹, Б.М. Тлеубердиев²

¹*PhD докторант Южно-Казахстанского университета имени М. Ауезова
(Казахстан, г. Шымкент), e-mail: zhusubalinazh@gmail.com*

²*доктор филологических наук, профессор
Южно-Казахстанский университет имени М. Ауезова
(Казахстан, г. Шымкент), e-mail: tleuberdiyevb@mail.ru*

Лексико-семантическая функция англицизмов в структуре казахского медиатекста (на основе периодических изданий на казахском языке)

Аннотация. Авторы этой статьи обсуждают распространение англицизмов в современных средствах массовой информации, их использование в медиатекстах. Термин «медиатекст» пользуется большим интересом в казахской научной среде за последние 10 лет. Этот интерес обусловлен большим вниманием ученых к изучению особенностей функционирования языка и проблем медиаречи в сфере массовой коммуникации. Данное исследование, составленное на основе периодических изданий на казахском языке, рассматривает и анализирует англицизмы, встречающиеся в медиатекстах. В качестве объекта исследования были взяты 3 популярные газеты из периодических изданий в Казахстане. Были проанализированы 3 издания газет «Егемен Қазақстан», «Алматы ақшамы» и «Оңтүстік Қазақстан», собраны статьи, в которых встречались англицизмы. Исходя из подхода семантической категоризации статей, проводится анализ, в каких статьях они чаще всего используются (национальных или международных новостях). Категории не составляются заранее, а возникают только в процессе исследования. В процессе исследования проведен теоретический обзор трудов отечественных и зарубежных ученых, даны определения терминам «медиатекст», «англицизм». Теоретическая часть исследования основана на работах отечественных и зарубежных ученых-лингвистов, таких как А. Байтурсинов, Р. Сыздык, К. Абдуали, Х. Досмухамедов, Г. Досжан, Л.Г. Антонова, Т.Г. Добросклонская, Х. Готлеб, А. Белл, П. Хофсти, Т. Янсон.

Ключевые слова: англицизмы, СМИ, медиатекст, семантическая категория, периодические издания, новости, рубрика.

Кіріспе

XX ғасырдың басында ең табысты империалдық державаға айналған Британия Үндістан, Канада, Австралия және көптеген ұсақ географиялық нысандарды иеленді. Бұл жерлердің барлықтарында ағылшын тілі басты тілге айналды. Еуропада халықаралық қатынас тілі ретінде басқа тілдерге қарағанда жиірек қолданылды. Екінші дүниежүзілік соғыстан соң экономикалық көшбасшылықты ағылшынтілді Америка Құрама Штаттары иеленді. АҚШ-тың басқа дамушы елдерге экономикалық, саяси және әскери көмек көрсетуі арқылы, ол бірте-бірте дипломатиядағы француз тілін ығыстырды. Ағылшын тілінің әлемге таралып, танымал болуына бірнеше себептер алып келді:

- БҰҰ ең басты тілі болып есептелуі;
- өндірістік және технологиялық прогрестің дамуы;
- телекоммуникация және авиация бағыттарының жетілуі;
- киноиндустрия саласындағы жаңаша фильмдер мен телебағдарламалардың түсірілуі;
- эстрадалық музыканың әлемге таралуы;
- электрондық байланыс құралдарының ойлап шығарылуы.

Жоғарыда аталған салалардың барлығында халықаралық тіл ретінде – ағылшын тілі қолданылып жүрді. АҚШ-тағы шыққан фильмдер дүниежүзіне таралып, ауызекі сөйлеу тілді көптеп жеткізді, ағылшын тілінде өлең айтатын Боб Дилан мен Джон Леннон сияқты әртістер өздерінің басқа елдердегі әріптестерінен көбірек аудитория жинағаны олардың таланттырақ екенін білдірмейді, олардың ағылшынша өлеңдерінің көбірек сұранысқа ие болғанын білдіреді.

Ағылшын тілінің ықпалы әлемде жылдан жылға күшейіп келе жатыр. Соңғы 20-30 жылда Қазақстанда да жағдай осындай болып келеді. Ағылшын тілін меңгерген адамдардың саны көбейіп жатыр. Балалар бастауыш сыныптан бастап ағылшын тілін оқиды. Ағылшын тілі ықпалының бірінші белгісі – сол тілден енген кірме сөздердің көптігі. Ол сөздер жергілікті тілдің дыбыс жүйесіне бейімделеді. Екіншіден, көптеген алдамдар бейімделген ағылшын сөздерін де қолданады [1, 186-б.].

Бейімделіп, сөздік қорға ресми түрде енген ағылшын сөздерін англицизмдер деп атайды.

Тілдік қатынас туралы айтатын болсақ, англицизмдер қазіргі кезде қазақ тілінде кеңінен тарала бастады. Оларды жиі түрлі жағдайларда және түрлі мамандар қолдана бастады. Соған қарамастан, Қазақстанда қоғамның ол туралы пікірі пуристер мен модернистер болып екіге бөлінеді. Пуристердің ойынша англицизмдер тілге кері әсер тигізеді, оған төтеп беру керекпіз деп ой білдірсе, қоғамдағы модернистер болса, англицизмдердің зияны жоқ тілге пайдалы қосымша ретінде көреді [2, 23-б.]. Бір қызығы, тілмен айналысатын институттар оқиғадан қалып отырады. Олар англицизмдерге тиісті неологизм, калька немесе кірме аударманы қазақша баламасы ретінде кештеп ұсынады. Ол кірме сөз халықтың арасында кеңінен тарап, ауызекі сөйлеу тіліне сіңгеннен соң ұсынылады.

Г. Досжан [3, 347-б.] өзінің «Қазақ тіліндегі англицизмдердің қолданылуының тарихи және әлеуметтік лингвистикалық аспектілері» атты мақаласында былай деген: «Ағылшын тілі жаһандану мен ақпараттың қозғаушы күші болғандықтан оны «жаһандық тіл» деп атайды. Ағылшын тілінің жаһандануының критерийлерінің бірі – Батыс Еуропаның құнды көзқарастарын жүзеге асыратын англицизмдерді тез тарату. Осылайша, әлемдік және ұлттық бұқаралық ақпарат құралдары англицизмдерді барлық тілдерге таратушы болып табылады».

Зерттеудің мақсаты қазіргі қазақ медиамәтіндерде англицизмдердің таралуы туралы, олардың пайдалану жиілігі мен контексте қолданылуы тұрғысынан алдын ала түсінік беру. Алдымен бұл екі ұғымға демаркация жасау керек.

«Медиамәтін» термині ХХ ғасырдың 90-жылдарында ағылшын тілдік ғылыми әдебиеттерде шығып, халықаралық академиялық орталар мен ұлттық медиадискустарда тез тарала бастады. Медиамәтін концептісінің ғылыми ортада тез қалыптасуы бұқаралық коммуникация саласында тілдің қызметінің ерекшеліктері мен медиасөз мәселелерінің зерделеуіне зерттеушілердің өспелі қызығушылығымен шартталған [4, 28–35-бб.].

Медиамәтін анықтамалары дәстүрлі қағаз бетіне сиямен түскен сөздер деген көзқарастан қайда алыс кетіп, сөйлеу, әуен және дыбыстық әсер, бейне және т.б. сияқты едәуір ауқымды анықтамаға ие болды... [5, 3-б.]. Сонымен, медиамәтін деген оны жасауға қолжетімді технологияларды көрсетеді.

Медиамәтіндер нақты оқиғаларды тіркейді, оларды тұрақсыз, әрдайым өзгеріп отыратын әлеуметтік-мәдени кеңістікке кіргізіп және оларға қосымша ақпараттық-мәдени мағыналар жүктейді [6, 275-б.].

«Медиамәтін» – телевизия, радио, газет, журнал, әлеуметтік желілер сияқты түрлі бұқаралық ақпарат құралдарын қамтиды. Бұл мақалада газеттер туралы айтамыз. Газет мәтінінің басқа мәтіндерден өзгешелігі оның стандартты тілді қолдануға артықшылық беруінде.

Ал англицизмге келетін болсақ, «Қазақ тілінің кірме сөздері» сөздігі *англицизм* сөзіне мынандай түсініктеме береді: «ағылшын тілінен басқа тілге енген кірме сөздер, сөз тіркестері, синтаксистік құрылымдар, сленгтер, терминдер және т.б.» [7, 4-б.].

«Англицизм» терминін бірінші болып Г. Мьеж 1687 жылы ағылшын тілінен басқа тілдерге енген сөз тіркестерге қолданған [10, 51-б.]. Кейінірек, бұл терминмен британдықтарға тән әдеттер мен құбылыстарды атады, мәселен, құбылыс ретінде крикет ойыны немесе әдет ретінде британдықтардың түстен кейінгі шәй ішу дәстүрі.

Словениялық лексиколог Ева Сихерл өзінің «Қазіргі стандартты словен тіліндегі ағылшын элементі» деген оқулығында англицизмге мынандай анықтама берген: «рецептор тілдің лингвистикалық жүйесіне бейімделіп, бірігіп кеткен ағылшын тілінен енген сөз» [8, 12-б.].

Хенрик Готлеб англицизмдерді зерттеп, «In and out of English: For better, for worse» [9, 165-б.] деген оқулық жазып, онда оған кеңірек анықтама берген: «...ағылшын тілінен басқа тілдерде тілдік коммуникациясында қолданылатын, ағылшын тілінен енген немесе бейімделген немесе ағылшын модельдерімен күшейтіліп, жігерленген кез келген жеке немесе жүйелік тілдік ерекшелік».

«Англицизмдер – галицизмдер және германизмдер, басқа да лингвистикалық –измдер тәрізді тілдік байланыстың белгісі болып табылады. Бұл тілдік қатынас тура түрде, яғни тұлғааралық байланыстар арқылы немесе жанама түрде, яғни әдеби туындыдан бастап, аударманы қосқанда және техникалық өнертабыспен аяқталып мәдени жасанды зат көмегімен орнатылады. Англицизмдер әлемнің сыртқы бейнесін, оның дәмі мен дыбысын ғана көрсетпейді (веб-сайт, бургер, хип-хоп), сонымен қатар ол әлемді қалай қабылдау керектігін ұсынады, басқа тілде «дұрыс талғам» деген не, «дұрыс дыбыс» деген не екенін білдіреді. Не дегенімен, англицизмдер, ағылшын-американдық ментальді империализмнің жәй құралы ғана емес, ол басқа тілдердің өз еркімен ағылшын тілімен қарым-қатынасының нәтижесі [9, 161-б.].

Хауген өзінің англицизм туралы концептін келесідей ұсынады: «алдын бір тілде табылған үлгілерін басқа тілде қайтадан жаңғыртудың әрекеттері», ал Дерой «қарапайым сөйлеуші анықтай алмайтын, тілде толығымен табиғиға айналған сөздер» деген [10, 49-б.].

Бұл терминді 1687 жылы Миж енгізген болатын. Ол оған «кез келген заманауи тілде табуға болатын, ағылшын тіліне тән сөйлемше» деген анықтама берген.

Қазақ қоғам зиялылары А. Байтұрсынов, Н. Төрекұлұлы, Х. Досмұхамедұлы өзге тілден енген сөздерді «жат сөздер», «кірме сөздер» деп атаған екен.

Х. Досмұхамедов: «Жат сөзсіз күнелте алмайтын заман туды» деп, келесі бір тұста: «Мәдениет қуған жұрттың алдымен тілі өзгермекші, білімге кірген жаңа сөздердің көбі шеттен кірген біліммен, әдеппен жаңалықтарға ұғым беретін жаңа сөздер болып кірмекші, үлгіге алынған мәдениетті жұрттың сөздері болмақшы», – деп жазған еді [11, 212-б.].

Өмірзақ Айтбайұлының пікірінше: «қазақ терминологиясы екі жолмен қалыптасады: ұлттық тілдің байлығы арқылы және кірме сөздер арқылы. Жат тілдерден келген кейбір терминдерді, дәлірек айтқанда, қалыптасқан интертерминдердің бәрін аудару қажет емес, себебі бір ғылым саласында қолданылатын халықаралық терминдердің қазақша баламаларын табу, қалыптастыру барлық уақытта сәтті бола бермейді. Термин жасаудың жауапкершілігі мол, себебі рухани, мәдени, әлеуметтік және басқа да халықтың байлықтары тіл арқылы танылады» [12, 28-б.].

Соңғы жылдары түркі тілдеріне ағылшын тілінен кірме сөздер мен халықаралық терминдер көптеп енуде. Өкінішке орай, бұл кірме сөздер мен терминдердің ассимиляциялану деңгейі әр түрлі. Қазіргі таңда оларды игеріп, ұлттық тіліміздің фонеморфологиялық заңдылығына сәйкес бейімдеп, қолдану жағынан көптеген олқылықтар орын алып отыр. Мұндай тілдік ахуал түркі халықтарының сөйлеу мәдениетінің бұзылып, интерференцияға ұшырауына да себеп болуда [13, 110-б.].

Профессор Рабиға Сыздықованың «Тілдік норма және оның қалыптануы» атты еңбегінде: «Шет тілдік сөздердің бәрі «кірме сөз» статусына ие бола алмайды, ал «бөгде сөз» термині «кірме сөз» дегеннің оппозиттік сынары болар: бір тілдегі кірме сөздер – сол тілге сіңіскен, нормативтік құқық алған бірліктер болса, бөгде сөз – әлі сіңісе алмаған, жаттығы, бөгделілігі сезіліп тұратын бірліктер» деп айтылған.

«Кірме сөздер қолданылу әлеуеті (потенциалы), жиілігі (активтігі), өзге сөздермен синтаксистік, морфологиялық қатынастарға түсу мүмкіндігі, халық, қоғам тірлігіне енген ұғымдардың, заттардың, құбылыстардың атауын тек сол сөздің ғана білдіретін даралығы (вариантсыздығы), т.б. сияқты толып жатқан белгілерімен санасқанда, кірме сөз қай тұлғада қабылданса да, қабылдаушы тілдің лексикалық қазынасының мүлкі болып саналады. Қазіргі қазақ тіліндегі дыбыстық тұлғасы жағынан «сындырылған ~ сындырылмаған» мыңдаған сөздер кірме бірліктер (единицалар) статусына ие болады [14, 12-б.].

Қазақ тіл білімінің көрнекті маманы, танымал түркітанушы Әбдуәли Қайдар кірме сөздер туралы былай деген: «Қазақ тілі лексикасы құрамында көне де байырғы қазақ сөздерімен жымдаса, қатарласа қолданылып жүрген кірме сөздердің саны уақыт өткен сайын әр түрлі жағдайда араласқан тілдердің әсер-ықпалымен аса түспесе, азайған емес» [15, 443-б.].

Зерттеу әдістері

Зерттеуде көтерілетін мәселелер: мақалалардың ұлттық жаңалықтар немесе халықаралық жаңалықтар болып бөлінуі англицизмдердің таралуына әсер етеді ма? (1) және семантикалық категория мен англицизм арасында қандай байланыс бар? (2).

Зерттеудің теориялық және әдіснамалық бөлігі алдыңғы және заманауи тіл білімі, терминология бағытындағы лингвист ғалымдардың еңбектеріне негізделген. Теориялық негіздеме А. Байтұрсынов, Р. Сыздық, Қ. Әбдуәли, Х. Досмұхамедұлы, Г. Досжан, Л.Г. Антонова, Т.Г. Добросклонская, Х. Готлеб, А. Белл, П. Хофсти, Т. Янсон сияқты отандық және шетелдік лингвист ғалымдардың еңбектері мен көзқарастары негізінде дайындалды.

Зерттеудің эмпирикалық базасын Қазақстанның қазақ тіліндегі бұқаралық ақпарат құралдарының медимәтіндері құрайды. Сараптама жасау мақсатында 3 қазақстандық газет тандалынды. Олар: «Егемен Қазақстан» (№209 (29938) 2 қараша, 2020, №210 (29939) 3 қараша, 2020, №211 (29940) 4 қараша, 2020), «Алматы ақшамы» (№10 (6145) 1 ақпан, сейсенбі, 2022, №131 (6107) 30 қазан, 2021, №129 (6105) 26 қазан, 2021) және «Оңтүстік Қазақстан» (№144(21165), Бейсенбі, 14 қазан, 2021, №152(21173), Бейсенбі, 28 қазан, 2021, №148(21169), Бейсенбі, 21 қазан, 2021). Барлық газеттерде Саясат, Экономика, Қоғам, Технология, Мәдениет, Спорт және т.б. айдарлары бар. 3 газет те белгілі, республикалық, сатиралық емес газеттер болып саналады. Бұл факт стандартты тілдің қолданылуы мен мемлекеттік және халықаралық жаңалықтарды қозғайтын тақырыптардың кең спектрінің бар болуын қамтамасыз етеді. Газеттердің электрондық нұсқалары бар. Жарнама, мақала болып саналмайтын ауа-райы туралы ескерту, заңдарға енгізілген өзгертулер мен қосымшалар және англицизмдері жоқ мақалалар есептеледі. Олардың тілі жаңалықтардың тілінен өзгеше болғандықтан олар зерттеу нәтижесін бұрмалап жіберуі мүмкін. Барлық деректер англицизмдер табылған мақалалардан жиналды. Англицизмдер кездеспейтін мақалалар сараптамаға кірмеді, өйткені зерттеудің басты мақсаты газеттерде жалпы кездесетін англицизмдердің статистикалық таралымын анықтау ғана емес, сонымен бірге олардың қандай семантикалық категорияда жиі кездесетінін анықтау.

Англицизмдер жоғарыда айтылып кеткен анықтама бойынша жинақталды. Тақырыптың англицизмдердің саны мен түріне әлеуетті ықпалын ескеру үшін келесі тәртіп тандалды:

1. Әрбір мақала қозғайтын тақырыбы мен кілт сөздеріне сай белгілі бір категорияға жинақталды. Мәселен әрбір газеттерде түрлі айдарлар болады. Сондай кішкене айдарлар үлкен категорияға жинақталды. Мысалы: «Өнер» немесе «Саясат» деген. Сонда алдын ала категориялар құрастырмады, категориялар өздері пайда бола бастады. Айта кететін жайт, 2019 жылы әлемді дүркіреткен коронавирус пандемиясының салдарынан қайсы бір газет, журнал не ақпараттық портал болмасын, олар сол тақырыпқа бөлек бір айдар бөлгені анық. Мысалы: «Егемен Қазақстан» газетінде коронавирусқа арналған мақалалар «Жақыныңа жанашыр бол!» деген айдарда кездесе, ал «Алматы ақшамында» ол айдар «Індетпен күрес» деп аталды. Ол мақалалар «Ковид-19» деген категорияға жинақталды.

2. Сонымен қатар әрбір мақала мемлекет ішіндегі ұлттық немесе халықаралық тақырыптарды қозғайтын болып бөлінді. Ол келесі жолмен анықталды:

- Газеттердің өздері көрсетіп кеткен мақаланың жарияланған бөлімнің жалпы саралануын қарастырудан (Мысалы, «халықаралық», «спорт» немесе «Қазақстан»)

- Мақала тақырыпшасынан: «Отандық кәсіпкерлер дамудың жаңа бағдарларын белгіледі», «Жұмыр жер жұқпалы дертпен жұмыла күресіп жатыр», «Әлемдік тәжірибе не дейді?», «Санаққа қатысу – Әлеуметтік жауапкершілік!».

- Кілт сөздердің көмегімен тақырыпты анықтау арқылы (Мысалы, мақалада «анықтайтын тест», «Lancet журналында жарияланған», «Уэльсте жасалған тыныс алу тест» сияқты кілт сөздер бар болса, бұл мақаланы халықаралық жаңалық деп сарапталынды.

3. Англицизмдер жиналып, тақырыптар зерттеліп, мақалалар категорияға және ұлттық не халықаралық жаңалық болып бөлінгеннен кейін сандық талдау жүргізілді. Англицизмдердің таралуын анықтау үшін мақалада неше англицизм кездескенін, нешеуі ұлттық, нешеуі халықаралық жаңалықтарда, қандай семантикалық категорияда кездесетінін саналынды. Қоғам ішіндегі әлеуметтік жаңалықтар спорт жаңалықтарына қарағанда кеңінен таралғандықтан ондай мақалалар артығынан ұсынылды. Сонымен қатар әрбір мақала көлемімен ерекшеленді. Бұл тұрғыда англицизмдердің саны ғана көрсетіліп қана қоймай оны пайыздық өлшемі де көрсетілді. Осыдан әр мақаладағы сөздердің жалпы санын анықтау маңызды болды.

4. Соңында англицизмдердің семантикалық категорияларына қарай таралуына түсініктеме берілді.

Талдау мен нәтижелер

Мақалалардың барлықтары жинақталғаннан кейін газеттерде анық тақырыптық кластерлердің бар екені айқын болды. «Егемен Қазақстан» газетінің бір ғана басылымында халық санағы тақырыбына 3 мақала арналған: «Бір мәрте ғана сұралды», «Алматы көш басында» және «Маңызды науқан». Мақаладағы «санақ» сөзін ескере отырсақ, әрине бұл мақалаларды «Санақ» деген категорияға қоссақ болатын еді, бірақ бұл жерде бір маңызды байланыстыратын элементті ескеру керек, ол автордың мақаладағы нақты тақырыбына деген екпіні. Ол мақалаларда ортақ нәрсе үкіметтің халықпен жүргізіп жатқан жұмысы, санақ барысында атқарылған істер туралы айтылып келген. Осындай үдеріс арқылы, мақалалардың категорияларының топтамасы анықталды. Олар жалпы болғанымен, нақтырақ болып келген. Олар:

- Саясат: президент, үкімет, саяси партиялар туралы мақалалар;
 - Әлеумет: қала, облыста, қоғамда жүргізіліп жатқан немесе орын алып жатқан мәселелер туралы мақалалар;
 - Құқық: әскери істер мен заң, заңбұзушылық туралы мақалалар;
 - Қаржы: экономикадағы өзгерістер, жаңалықтар туралы мақалалар;
 - Денсаулық: денсаулық саласында атқарып жатқан жұмыстар мен жаңашылдықтар туралы мақалалар;
 - Ковид-19: пандемия, вакцинация және қалалардағы эпиджағдаймен байланысты мақалалар;
 - Білім: білім саласындағы өзгерістер мен жетістіктер туралы мақалалар;
 - Өнер: театр, кино, музей салаларындағы жетістіктер мен соңғы жаңалықтарға арналған мақалалар;
 - Спорт: түрлі сайыстар мен спортшыларға арналған мақалалар;
 - Технология: жаңа технологиялық жаңалықтар мен жетістіктер туралы мақалалар.
- 1-кестеде көрсетілгендей, 3 газетте анықталған англицизмдердің жалпы саны 1060. Оның ішінде 748 англицизм ұлттық жаңалықтарға арналған мақалаларда кездесе, 312 англицизм халықаралық мақалаларда табылды.

1-кесте – Англицизмдердің сандық таралуы

№	Мақалалар	3 газетте
1	Халықаралық мақалалардағы саны	312
2	Ұлттық мақалалардағы саны	748
3	Жалпы саны	1060

2-кестеде 3 газетте жалпы табылған англицизмдердің саны көрсетілген. «Оңтүстік Қазақстан» газетінде 140, «Алматы ақшамы» газетінде 254, ең көбі «Егемен Қазақстан» газетінде 666 англицизм анықталды. Газеттердің басым көпшілігінде мемлекеттің ұлттық жаңалықтарына арналған мақалаларда англицизмдер едәуір көп табылғанын байқауға болады. Мәселен, «Алматы ақшамы» газетінде халықаралық мақалалардан табылған англицизмдердің саны 30 болса, ұлттық жаңалықтарда кездескен англицизмдердің саны 7 есе көп. «Оңтүстік Қазақстан» газетінің мемлекеттік жаңалықтарға арнаған мақалаларындағы англицизмдердің саны 115 болса, халықаралық мақалаларында кездескен англицизмдер саны

4 есе аз. Бұл 2 газеттің қасында «Егемен Қазақстан» газетінің нәтижесі азды-көпті көзге тартымды көрінеді. Ол газеттің халықаралық жаңалықтарында табылған англицизмдер саны ұлттық тақырыптарға арналған мақалалардағы кірме сөздер санымен салыстырғанда шамамен 2 есе аз.

2-кесте – Англицизмдердің әр газетке шаққандағы сандық көрсеткіші

№	Мақалалар	Егемен Қазақстан	Алматы Ақшамы	Оңтүстік Қазақстан
4	Халықаралық мақалалардағы саны	257	30	25
5	Ұлттық мақалалардағы саны	409	224	115
6	Жалпы саны	666	254	140

Семантикалық категорияға келер болсақ, «Алматы ақшамы» мен «Оңтүстік Қазақстан» газеттеріндегі «Әлеумет» категориясына жататын мақалаларда басқа категориялармен салыстырғанда англицизмдер көбірек анықталды (3-кесте).

3-кесте – Англицизмдерді семантикалық категорияға шаққандағы сандық көрсеткіші

№	Категория	Саны
1	Әлеумет	279
2	Саясат	168
3	Спорт	122
4	Білім	112
5	Технология	108
6	Құқық	77
7	Ковид-19	51
8	Өнер	49
9	Денсаулық	48
10	Қаржы	36

Басым көп англицизмдер «Әлеумет» категориясына жататын мақалаларда анықталды. «Воркаут», «сквер», «роллердром», «рейд», «респондент», «интервьюер» сияқты англицизмдер әлеуметтік мәселелерге арналған мақалаларда жиі кездесіп отырды. Саясат категориясындағы мақалаларда 168 англицизм анықталды. Ол мақалаларда «брифинг», «саммит», «митинг», «спикер», «локдаун», «мониторинг», «менеджмент», «реинжиниринг», «импичмент», «инаугурация» сияқты англицизмдер саясатқа бағытталған мақалаларда орын алатыны анықталды. «Нокаут», «нокдаун», «панчер», «фристайл», «сет», «матч», «раунд», «корт», «промоутер» деген англицизмдер Спорт категориясындағы материалдарда жиі табылды. Білім және Ковид-19 категориялары «онлайн», «офлайн», «грант», «Телеграм-бот», «сайт», «ПТР-тест», «QR-код», «модератор», «скрининг» сияқты англицизмдерге толы болды. Ең алуан түрлі англицизмдер Технология категориясында анықталды. «Тренд», «блогер», «чат», «сторис», «файл», «медиа», «стикер», «биткойн», «сенсор», «ай-ти», «аутсорсинг», «сервер», «хакер», «хаб» және т.б. англицизмдер жаңа технология саласындағы жаңалықтар мен жетістіктерге арналған мақалаларда жиі кездесті.

Әрбір газеттің семантикалық категориясын алып қарайтын болсақ (4-кесте), бірнеше айқын айырмашылықтарды байқауға болады. «Оңтүстік Қазақстан» газеті барлық

категорияларда англицизмдердің саны бойынша төмен көрсеткіште жүргенімен, «Алматы ақшамы» газетімен салыстырғанда Әлеумет категориясында 30 англицизм артық табылған. «Алматы ақшамы» газетінің барлық категорияларда орташа көрсеткіші болғанымен, Саясат категориясында «Егемен Қазақстан» газетінің көрсеткішінен 23 англицизм артық кездескен. «Егемен Қазақстан» газеті болса, ең жоғарғы көрсеткіш иесі болып тұр. Оның тек қана Өнер мен Денсаулық категориясындағы мақалаларындағы табылған англицизмдердің саны 30-дан аспайды.

4-кесте – Англицизмдерді семантикалық категорияға шаққандағы 3 газеттегі сандық көрсеткіші

№	Категория	Егемен Қазақстан	Алматы ақшамы	Оңтүстік Қазақстан
1	Әлеумет	139	55	85
2	Саясат	61	98	9
3	Спорт	108	12	2
4	Білім	88	26	8
5	Технология	106	2	0
6	Құқық	50	24	3
7	Ковид-19	33	17	1
8	Өнер	21	19	9
9	Денсаулық	28	26	8
10	Қаржы	32	4	0

5-кестеде әр семантикалық категория бойынша 3 газетте кездесетін англицизмдердің таралуының орташа пайыздық көрсеткіші берілген. Кестеде берілген пайыздық көрсеткіштер біз қарастырған мақалалардағы сөздердің жалпы санына қатысты табылған англицизмдердің салыстырмалы санынан тұрады. Осы мәліметке сүйенетін болсақ, Спорт («Егемен Қазақстан») және Өнер («Алматы ақшамы») едәуір көп англицизмдерді қамтитын категориялар болып табылады. Екінші орында «Егемен Қазақстан» газетінің Білім және Технология категориялары.

5-кесте – Англицизмдерді семантикалық категорияға шаққандағы 3 газеттегі ортақ пайыздық көрсеткіші

№	Категория	«Егемен Қазақстан»	«Алматы ақшамы»	«Оңтүстік Қазақстан»
1	Спорт	4,5	1,2	2,3
2	Өнер	1	4,5	1
3	Білім	4,2	2,9	1,4
4	Технология	4,1	0,4	0
5	Саясат	0,9	3,5	0,7
6	Әлеумет	1,5	2,8	2,8
7	Құқық	1,6	0,6	0,8
8	Денсаулық	0,7	1,4	1,1
9	Ковид-19	0,9	1	0,9
10	Қаржы	0,5	0	0,9

жағдайда медиамәтіндерді (газет, радио, теледидар мәтіндерін) семантикалық талдау жасау үшін нақты және өзекті құрылымды құрастыруға мүмкіндік беретіні ықтимал.

Зерттеуде қарастырылған мақалаларда жалпы 744952 сөз боды. Оның ішінде 1066 англицизмдер. Ол дегеніміз зерттеген жалпы барлық сөздердің 0,14%-ы англицизмдер. Сонымен, қазіргі қазақ тілінде кездесетін англицизмдердің қолданылуы қазақ тілінің тазалығына ешқандай қауіп-қатер төндірмейді деп сеніммен айтуға болады, әсіресе таза қазақша, ешбір англицизм кездеспеген мақалалар тандалмағанын ескерсек. Оны қосып айтатын болсақ, англицизмдердің жалпы сөз санына шаққандағы пайызы одан да төмен болатын еді. Оған қоса, газеттер стандартты тілді қолданғандықтан, қазіргі қазақ тіліне ағылшын тілінен келіп жатқан сөздер ағыны шамадан тыс реакция деп бағалауға болады, өйткені англицизмдердің қазақ тілінің өмір сүруіне қауіп төндіретініне нақты дәлелдер жоқ.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Янсон, Торе. Тіл тарихы = The History of Languages: кіріспе / ауд. Ү. Кеңесбаева; жауапты шығ. Н. Қожабек. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» ҚҚ, 2019. – 223 б.
2. Hofstee P., Cultuur E.T. Ici, on parle Franglais: French Government Policies on the Use of English and their Effects on the Acquisition of English: Bachelor's thesis. – The Leiden University, the Netherlands, 2014. – 44 p.
3. Baidrakhmanov D., Doszhan G. Historical and sociolinguistic aspects of use of anglicisms in the Kazakh Language // Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – Т. 190. – С. 346–352. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.009>.
4. Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2005. – №2. – С. 28–35.
5. Bell A. Approaches to media discourse. – London: Blackwell, 1996. – 304 p.
6. Антонова Л.Г. Медиатексты в современной массовой коммуникации // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – Т. 1. – №2. – С. 275–278.
7. Қазақ тілінің кірме сөздер сөздігі / ред. басқ., құраст. Ш. Құрманбайұлы; құраст.: С. Исақова, Б. Мизамхан, Г. Әлімбаек]. – Алматы: «Ұлттық аударма бюросы» ҚҚ, 2019. – 592 б.
8. Sicherl E. The English Element in Contemporary Standard Slovene. Phonological, Morphological and Semantic Aspects. – Ljubljana, 1999. – 146 p.
9. Gottlieb H. Anglicisms and translation. In the book: In and out of English: For better, for worse. – Frankfurt: Multilingual Matters, 2005. – 303 p. <https://doi.org/10.21832/9781853597893>
10. Planchon C. Anglicisms and online journalism: Frequency and patterns of usage // Belas Infieis. – 2015. – Т. 3. – №2. – С. 43–61.
11. Байтұрсынұлы А. Алты томдық шығармалар жинағы. – Т. 1. – Алматы: Ел-шежіре, 2013. – 384 б.
12. Базарбаева З.М. Қазақ тілінің жанашыры // Академик Ө. Айтбайұлы және мемлекеттік тіл мәселелері. Халықаралық ғыл.-теор. конф. материалдары / Құраст.: С.Құлманов. – Алматы: А. Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институты, 2016. – 440 б.
13. Бисенгали А. Қазақ және түрік тілдеріндегі терминдену үдерісінің сипаты // Академик Ө. Айтбайұлы және мемлекеттік тіл мәселелері. Халықаралық ғыл.-теор. конф. материалдары / Құраст.: С.Құлманов. – Алматы: А. Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институты, 2016. – Б. 110–111.
14. Сыздықова Р. Тілдік норма және оның қалыптануы (кодификациясы). Көптомдық шығармалар жинағы. – Алматы: Ел-шежіре, 2014. – 291 б.
15. Қайдар Ә. Ғылымдағы ғұмыр: Мақалалар, баяндамалар жинағы. – Т. 1. – Алматы: «Сардар» баспа үйі, 2014. – 520 б.
16. Varga D., Orešković Dvorski L., Bjelobaba S. English loanwords in French and Italian daily newspapers // Studia Romanica et Anglica Zagrabienis: Revue publiée par les Sections romane, italienne et anglaise de la Faculté des Lettres de l'Université de Zagreb. – 2011. – Т. 56. – С. 71–84.

REFERENCES

1. Janson, Tore. Til tarihy = The History of Languages: kirispe / aud. Y. Kenesbaeva; jauapty shyg. N. Qojabek. – Almaty: «Ulttyq audarma biurosy» QQ, 2019. – 223 b. [in Kazakh]
2. Hofstee P., Cultuur E.T. Ici, on parle Franglais: French Government Policies on the Use of English and their Effects on the Acquisition of English: Bachelor's thesis. – The Leiden University, the Netherlands, 2014. – 44 p.
3. Baidrakhmanov D., Doszhan G. Historical and sociolinguistic aspects of use of anglicisms in the Kazakh Language // Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – T. 190. – S. 346–352. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.05.009>.
4. Dobrosklonskaia T.G. Mediatekst: teoriia i metody izucheniia [Media text: theory and methods of study] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Serii 10. Jurnalistika. – 2005. – №2. – S. 28–35. [in Russian]
5. Bell A. Approaches to media discourse. – London: Blackwell, 1996. – 304 r.
6. Antonova L.G. Mediateksty v sovremennoi massovoi kommunikacii [Media texts in modern mass communication] // Iaroslavskii pedagogicheskii vestnik. – 2011. – T. 1. – №2. – S. 275–278. [in Russian]
7. Qazaq tilinin kirme sozder sozdigi [Dictionary of introductory words of the Kazakh language] / red. basq., qurast. Sh. Qurmanbaiuly; qurast.: S. Isaqova, B. Mizamhan, G. Alimbek. – Almaty: «Ulttyq audarma biurosy» QQ, 2019. – 592 b. [in Kazakh]
8. Sicherl E. The English Element in Contemporary Standard Slovene. Phonological, Morphological and Semantic Aspects. – Ljubljana, 1999. – 146 r.
9. Gottlieb H. Anglicisms and translation. In the book: In and out of English: For better, for worse. – Frankfurt: Multilingual Matters, 2005. – 303 p. <https://doi.org/10.21832/9781853597893>
10. Planchon C. Anglicisms and online journalism: Frequency and patterns of usage // Belas Infieís. – 2015. – T. 3. – №2. – S. 43–61.
11. Baitursynuly A. Alty tomdyq shygarmalar jinagy. – T. 1 [A collection of works in six volumes. - Vol. 1]. – Almaty: El-shejire, 2013. – 384 b. [in Kazakh]
12. Bazarbaeva Z.M. Qazaq tilinin janashyry [Supporter of the Kazakh language] // Akademik O. Aitbaiuly jane memlekettik til maseleleri. Halyqaralyq gyl.-teor. konf. materialdary / Qurast.: S. Qulmanov. – Almaty: A. Baitursynuly atyndagy Til bilimi instituty, 2016. – 440 b. [in Kazakh]
13. Bisengali A. Qazaq jane turik tilderindegi termindenu uderisinin sipaty [The nature of the termination process in the Kazakh and Turkish languages] // Akademik O. Aitbaiuly jane memlekettik til maseleleri. Halyqaralyq gyl.-teor. konf. materialdary / Qurast.: S. Qulmanov. – Almaty: A. Baitursynuly atyndagy Til bilimi instituty, 2016. – B 110–111. [in Kazakh]
14. Syzdyqova R. Tildik norma jane onyn qalyptanuy (kodifikaciiasy). Koptomdyq shygarmalar jinagy [Language norm and its normalization (codification). Collection of multi-volume works]. – Almaty: El-shejire, 2014. – 291 b. [in Kazakh]
15. Qaidar A. Gylymdagy gumyr: Maqalalar, baiandamalar jinagy [Life in science: a collection of articles, reports]. – T. 1. – Almaty: «Sardar» baspa uii, 2014. – 520 b. [in Kazakh]
16. Varga D., Orešković Dvorski L., Bjelobaba S. English loanwords in French and Italian daily newspapers // Studia Romanica et Anglica Zagrabienisa: Revue publiée par les Sections romane, italienne et anglaise de la Faculté des Lettres de l'Université de Zagreb. – 2011. – T. 56. – S. 71–84.