

**Ж.М. ЖУСУБАЛИНА<sup>1</sup>, Б.М. ТЛЕУБЕРДИЕВ<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінің PhD докторанты  
(Қазақстан, Шымкент қ.), e-mail: zhusubalinazh@gmail.com

<sup>2</sup>филология ғылымдарының докторы, профессор  
М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті  
(Қазақстан, Шымкент қ.), e-mail: tleuberdiev\_bolatbek@mail.ru

## БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНДАҒЫ СӨЗ МӘДЕНИЕТІ МӘСЕЛЕСІ

**Андатпа.** Бұл мақаланың авторлары қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарындағы (баспасөз, радио, теледидар, интернет сайттары, әлеуметтік желілер) сөз мәдениетінің сақталуына алаңдаушылық танытып, оның негізгі себептерін, одан туындайтын салдарларды талқылайды. Зерттеудің өзектілігі ғалымдардың БАҚ тілі қызметінің ерекшеліктері мен оның әдеби тілдік нормадан ауытқу мәселелерінің зерттелуіне негізделген. Зерттеудің мақсаты – БАҚ тілінің жалпы қазақ тілінің жағдайына әсерін анықтау және қалай, қандай дәрежеде екенін білу, қазақ медиамәтін құрамындағы қателіктерді талдау. Зерттеу материалының көмегімен грамматикалық және лексикалық талдау жасау арқылы қазақ тіліндегі өзгерістің деңгейін анықтауға болады. Басты гипотезасы – БАҚ тіліндегі ақпарат құралдары, оның ішінде әлеуметтік желі арқылы қазақ тіліне барлық лингвистикалық деңгейлерде, әсіресе грамматикалық және лексикалық ережелердің сақталмауынан болып жатқан қателер.

Зерттеудің теориялық маңыздылығы – қазіргі заманғы бұқаралық ақпарат құралдарының сөйлеу практикасы белсенді дамып, бір жағынан, бұқаралық ақпарат саласында пайда болатын мәтіндік материалдардың санының артуынан, ал екінші жағынан, бұл мәтіндердің ішінде сөйлеу мәртебесі қоғам үшін айқын емес газеттердің жаңа түрлері, жаңа журналдар, сөз мәдениеті дамуының мазмұны мен сипаты бойынша мүлдем жаңа телерадио, бағдарламалар және т.б. көптігімен сипатталады. Жалпы, қоғамның сөйлеу тәжірибесінде бұқаралық ақпарат құралдарының сөйлеу өнімдерінің үлесі көбейіп, қоғамдық санадағы БАҚ мәтіндерінің маңыздылығы артып келеді. Осы зерттеуде аталғанның барлығы БАҚ саласындағы сөйлеу мәдениетінің жоғары деңгейін тілтанушы ғалымдар тарапынан ғана емес, сонымен қатар БАҚ тілінің сөздік алаңын қалыптастыратын практик мамандар да қамтамасыз етілуі тиіс дегенге келіп саяды. Зерттеуде теориялық материалды зерделеу және жүйелеу процесінде синтездік және дедукциялық талдаудың жалпы ғылыми әдістері қолданылды.

**Кілт сөздер:** сөз мәдениеті, БАҚ тілі, медиа деңгей, орфографиялық қателер, орфоэпиялық норма, лексикалық қор, медиа мәтіндер.

---

### **\*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:**

Жусубалина Ж.М., Тлеубердиев Б.М. Бұқаралық ақпарат құралдарындағы сөз мәдениеті мәселесі // *Ясауи университетінің хабаршысы*. – 2023. – №1 (127). – Б. 132–144. <https://doi.org/10.47526/2023-1/2664-0686.11>

### **\*Cite us correctly:**

Jusubalina J.M., Tleuberdiev B.M. Buqaralyq aqparat quraldaryndagy soz madenieti maselesi [The Problem of Speech Culture in Mass Media] // *Iasauı universitetinin habarshysy*. – 2023. – №1 (127). – B. 132–144. <https://doi.org/10.47526/2023-1/2664-0686.11>

**Zh.M. Zhussubalina<sup>1</sup>, B.M. Tleuberdiev<sup>2</sup>**<sup>1</sup>*PhD Doctoral Student of M. Auezov South Kazakhstan University  
(Kazakhstan, Shymkent), e-mail: zhusubalinazh@gmail.com*<sup>2</sup>*Doctor of Philological Sciences, Professor  
M. Auezov South Kazakhstan University  
(Kazakhstan, Shymkent), e-mail: tleuberdiev@mail.ru***The Problem of Speech Culture in Mass Media**

**Abstract.** The author of this article is concerned about the preservation of the culture of speech in modern mass media (press, radio, television, Internet sites, social networks) and discuss its main causes and consequences. The relevance of the research is due to the fact that scientists pay attention to the study of the peculiarities of the functioning of the media language and the problems of its deviation from the literary language norm. The purpose of the study is to identify the influence of the media language on the state of the Kazakh language as a whole and to find out how and to what extent this influence occurs, to analyze errors in the composition of the Kazakh media text. With the help of the research material, it is possible to determine the level of changes in the Kazakh language by conducting grammatical and lexical analysis. The main hypothesis is that errors in the language of the media affect the Kazakh language through the media, including through social networks, at all linguistic levels, especially by changing grammatical and lexical rules.

The theoretical significance of the study is that the speech practice of modern mass media is actively developing, and, on the one hand, the number of text materials appearing in the field of mass media is increasing, and on the other hand, these texts have many errors that affect the status of language and speech, which are not so obvious to society. These consequences are characterized by the appearance of new newspapers and magazines, completely different in content and nature of the development of speech culture of new TV and radio programs, etc. In the speech practice of society as a whole, the share of speech products of mass media is increasing, the importance of mass media texts in the public consciousness is increasing: at present, the main importance of literary texts is indisputable. All of the above in this study boils down to the fact that a high level of speech culture in the field of mass media should be provided not only by linguists, but also by practitioners who form the vocabulary of the language of mass media. The study used general scientific methods of analysis, synthesis and deduction in the process of studying and systematizing theoretical material.

**Keywords:** speech culture, media language, media level, spelling mistakes, orthoepic norm, vocabulary, media texts.

**Ж.М. Жусубалина<sup>1</sup>, Б.М. Тлеубердиев<sup>2</sup>**<sup>1</sup>*PhD докторант Южно-Казахстанского университета имени М. Ауезова  
(Казахстан, г. Шымкент), e-mail: zhusubalinazh@gmail.com*<sup>2</sup>*доктор филологических наук, профессор  
Южно-Казахстанский университет имени М. Ауезова  
(Казахстан, г. Шымкент), e-mail: tleuberdiev@mail.ru***Проблема культуры речи в средствах массовой информации**

**Аннотация.** Авторы данной статьи обеспокоены сохранением культуры речи в современных средствах массовой информации (пресса, радио, телевидение, интернет-сайты, социальные сети) и обсуждают ее основные причины, последствия. Актуальность исследования обусловлена тем, что ученые уделяют внимание изучению особенностей

функционирования языка СМИ и проблем его отклонения от литературной языковой нормы. Цель исследования – выявить влияние языка СМИ на состояние казахского языка в целом и выяснить, как и в какой степени происходит это влияние, проанализировать ошибки в составе казахского медиатекста. С помощью материала исследования можно определить уровень изменений в казахском языке, проведя грамматический и лексический анализ. Главная гипотеза заключается в том, что ошибки в языке СМИ влияют на казахский язык через средства массовой информации, в том числе через социальные сети, на всех лингвистических уровнях, особенно путем изменения грамматических и лексических правил.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что речевая практика современных средств массовой информации активно развивается, и, с одной стороны, увеличивается количество текстовых материалов, появляющихся в сфере массовой информации, а с другой стороны, эти тексты имеют много ошибок, которые влияют на статус языка и речи, которые для общества не так очевидны. Эти последствия характеризуются появлением новых газет и журналов, совершенно разных по содержанию и характеру развития речевой культуры новых теле и радиопрограмм и т.д. В речевой практике общества в целом увеличивается доля речевой продукции средств массовой информации, возрастает значимость текстов СМИ в общественном сознании: в настоящее время неоспоримо главное значение художественных текстов. Все перечисленное в настоящем исследовании сводится к тому, что высокий уровень речевой культуры в области СМИ должен обеспечиваться не только учеными-языковедами, но и специалистами-практиками, формирующими словарную площадку языка СМИ. В исследовании использовались общенаучные методы анализа, синтеза и дедукции в процессе изучения и систематизации теоретического материала.

**Ключевые слова:** культура речи, язык СМИ, медиауровень, орфографические ошибки, орфоэпическая норма, лексический запас, медиа тексты.

### Кіріспе

Қазіргі таңда қарқынды бәсекелестік, жаһандану көлемінің кеңеюі және адамның мансапқа, билікке деген ұмтылысы белең алып, ана тіліне өте аз көңіл бөлініп отырғаны ащы шындық. Бұл тұста, әсіресе, бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі жастарға тигізетін кері әсері алаңдатады. Өйткені, олар қазақ тілінің дамуының объектісі мен субъектісі, сөйлеу мәдениетінің тасымалдаушысы ретінде көрген-білгенінің бәрін адамның бойына сіңіретіні белгілі. Біздің зерттеу тақырыбымыз – бұқаралық ақпарат құралдарындағы сөз мәдениетіне мән бере отырып, олардың қазіргі ана тілімізде сөйлеушілердің мәдениетіне әсер ету ауқымын анықтау. Қойылған мақсатты іске асыру үшін мынадай міндеттерді шешу қажет: БАҚ-та жарияланатын ақпаратты талдау; жіберілетін қателердің сипатын табу және анықтау; БАҚ-та сауаттылық деңгейін арттыру бойынша ұсыныстарды белгілеу.

Бір жағынан, бұқаралық ақпарат коммуникациялар тілді толықтырады, болып жатқан барлық оқиғалардан хабардар болуға көмектеседі. Себебі баспасөз жалпыхалықтық тіл мәдениетінің қалыптасып дамуына, тілдік қорымыздың жаңа сөздермен, терминдермен толығып, дамуына, бірнеше жаңа тілдік қолданыстардың жарыса қолданылу арқылы тіліміз де ең белсенді қолданған түрінің тұрақталып қалуына оң ықпал ететін бірден бір фактор [1, 123-б]. Екінші жағынан, бұқаралық ақпарат құралдарының әсерінен сөйлеу мәдениеті сапасының төмендеуіне әкелетін сөйлеу мәдениеті нормаларының өзгеруі байқалады. Ал БАҚ тіліне келетін болсақ, олардың бұл саладағы жауапкершілігі екі есе болмақ. Мұнда сөз тандап жұмсау әрекетімен бірге тілдің орфографиялық, орфоэпиялық нормаларын дұрыс қолданулары маңызды. Радио, теледидар қызметкерлері орфоэпиялық нормаларды қалың көпшілікке үйретуші ұстаз болуға міндетті, ал баспасөз қалың оқырман қауымының тілін ұстартып, жазу сауаттылығын көтеруге мейлінше зор қызмет етуге міндетті. Егер

бұрынырақта бұқаралық ақпарат құралдарында сөйлеу мәдениетінің үлгісі мен стандарты болса, қазір бұқаралық ақпарат құралдары сөз мәдениетін нашарлатып, қоқысқа толтыра түсуде. Бұл бүтіндей бір ұлттың тілдік мәдениетіне зор қауіп төніп тұрғанының айқын дәлелі.

Үйретуші ұстаз міндетін атқаруы тиіс БАҚ-тағы, жалпы елдің бүкіл ақпараттық кеңістігінде жиі кездесетін қателерді қарастырайық:

- лексикалық қордың шектеулігі, сөздердің синонимдерін қолданудан бас тарту тавтологияға және плеоназмаларға әкеледі (әлемдік жаһандану, қарт қария, соңына дейін аяқтау);

- сөз мағынасына (семасиология) мән бермеу және сөздердің тіркесімділік қабілетін ескермей, сәтсіз сөз тіркестерін жасау;

- грамматикалық және орфографиялық қателердің көптеп кездесуі;

- ақпарат әуелі орыс тілінде әзірленіп, қазақшаға аударылғанда орысша ойлау жүйесі, сөз саптауы арқылы жазылғандықтан аударманың сапасыздығы;

- кірме сөздердің, көше лексикасының, сленгтің («кайф», «пати», «шатыр кетті»), варваризмдердің, ауызекі тілдегі сөздердің, мысалы, компьютершілердің, әскери және басқа қауіпсіздік қызметкерлерінің арнайы сөздерін шектен тыс қолдану;

- шетелдік лексиканы кеңінен қолдану («прайс-лист», «тинейджер», «секьюрити», т.б.);

- сөз тіркесіндегі және тұрақты тіркестің құрамындағы сөздерді дұрыс пайдаланбау немесе сөздерді түсінбеушілік [2, 62-б.].

«Сөз мәдениеті» сөз тіркесі 2 мағынада қолданылады:

1. Сөз мәдениеті – әдеби тілдің ауызша және жазбаша ережелерін білу, яғни дұрыс айту, екпінді дұрыс қоя білу, сөзді дұрыс мәнде қолдана білу, грамматика, стилистика заңдылықтарын ұстану.

2. Сөз мәдениеті – тіл туралы білімді жетілдіру мақсатында тілдік нормаларды зерттейтін тіл білімінің бір саласы [3, 55-б.].

Біз сөйлеген кезде жәй ғана сөздерді таратпаймыз. Біздің сөйлеу мәдениетіміз, біздің кім екенімізді, қай жерден болатынымызды және өзімізді қалай сезінетімізді хабарлайды. Біздің сөйлеу мәнеріміз қарым-қатынастың маңызды бөлігі болып табылады, ал дыбыстық сәйкестігіміз біз туралы толықтай хабар береді [4, 241-б.].

### **Зерттеу әдістері**

Зерттеу мәселесі бойынша теориялық материалды зерделеу және жүйелеу процесінде талдаудың, синтездің және дедукцияның жалпы ғылыми әдістері қолданылды. Тәжірибелік материалды талдау үшін: медиамәтінді лингвостилистикалық талдау, салыстырмалы талдау және т.б. әдістер қолданылды.

БАҚ тілі тілдің бір бөлігі болып табылады және тіл қызметінің басқа салаларында болып жатқан барлық процестерді көрсетеді. БАҚ саласының өзі қоғамның коммуникативті мәдениеті мен тілдің жұмысына айтарлықтай әсер етеді. Мұндай ықпалдың бірнеше маңызды нысандарын атауға болады: 1) ұлттық тілді қолдау және дамыту; 2) әдеби норманы тарату; 3) баламалы стильдерді, әсіресе ауызекі және мамандандырылған стильдерді (қаржы, экономика, ақпараттық технологиялар, салауатты өмір салты және т.б. салалардан) дамыту; 4) неологизация (кейбір жағдайларда варваризация ретінде анықталады) [5, 402-б.].

Бұқаралық ақпарат құралдарының тілін сипаттау әдіснамасы тұрғысынан алғанда, бұқаралық ақпарат құралдарын анықтауға арналған бұл тәсілдер «тіл» ұғымының үш негізгі анықтамасына – әмбебаптығы (жаһандық), жүйелігі және нақтылығына толығымен сәйкес келеді [6, 251-б.].

Тіл – мәдениеттің алтын сандығы, баға жетпес қоймасы. Ол – лексика мен грамматикада, идиоматика мен мақал-мәтелдерде, фольклорда, ауызша және жазбаша түрдегі көркем және ғылыми әдебиетте мәдени құндылықтарды сақтаушы ретінде түсініледі.

Тіл – тасымал құралы, мәдениетті жеткізуші, ол ұрпақтан-ұрпаққа сақталып келген ұлттық мәдениеттің жауһарларын тасымалдайды. Балалар ана тілін меңгере отырып, онымен бірге ата-бабаларының бүгінге дейін жинақталған мәдени бай тәжірибесін де игереді. Тіл – ұжымның қоғамдық санасын, дәстүрін, мәдениетін сақтап, жеткізу арқылы адамдар тобынан этносты, ұлтты қалыптастыратын қуатты қоғамдық қару [7, 23-б.].

«БАҚ тілі» ұғымының ішкі құрылымының негізі бұқаралық ақпараттың нақты ішкі тілдерінің – баспасөз тілі, радио тілі, теледидар тілі, интернеттегі сөйлеу тілінің лингвистикалық, стилистикалық және медиа ерекшеліктерін қарастыру болып саналады. Жеке бұқаралық ақпарат құралдарының тілдерін егжей-тегжейлі зерттеу «бұқаралық ақпарат тілі» ұғымының кеңеюіне әкелді, атап айтқанда, вербальді және медиа немесе аудиовизуалды деңгейлерді бөлуде көрініс тапты. Өз кезегінде, бұқаралық ақпарат құралдарының тілін ауызша және аудиовизуалды кодтарды біріктіретін аралас типтегі белгі жүйесі ретінде қарастыру әрбір нақты бұқаралық ақпарат құралдарының тілдік ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік берді.

Сонымен, баспа БАҚ тілінің ерекшелігі вербальді және графикалық компоненттердің өзара әрекеттесуінен тұрады. Қаріптің түрі мен өлшемі, көрнекіліктердің болуы, түстердің қолданылуы, қағаздың сапасы, жолақтағы материалдардың орналасуы – мұның бәрі біртұтас синкретикалық баспасөз тілін құрайтын ауызша қатармен тығыз байланысты. Радио тілінің басты ерекшелігі – ауызша және дыбыстық қатарлардың үйлесімі. Аудиожазба мүмкіндіктерінің кең спектрін, соның ішінде музыка, шу эффектілері, фонетикалық және паратембрлік сөйлеу қасиеттерін (интонация, қарқын, танымал екпіндер, жеке дауыстық қасиеттер) қолдану радио тілін бұқаралық аудиторияға әсер етудің қуатты құралы етеді. Теледидар тілі кодификацияланған әсердің одан да жетілдірілген жүйесі болады, өйткені визуалды деңгей ауызша және дыбыстық деңгейлерге, атап айтқанда қозғалмалы түсті немесе қара-ақ суретпен қосылады. Сондықтан теледидар бұқаралық ақпарат құралы арқылы қоғамдық санаға әсер ету тұрғысынан ең тиімді болып саналады.

Интернет-технологиялардың дамуы ақпараттық-психологиялық ықпал ету құралы ретінде БАҚ тілін одан әрі жетілдіруге алып келді. Интернет тілі – бұл барлық дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарының жетістіктерін қамтитын күрделі көп деңгейлі мультимедиялық жүйе. Интернеттегі ауызша мәтін жаңа «желілік» өлшемге ие болды, бұл мәтінді тек сызықты ғана емес, сонымен қатар сілтемелер арқылы мәтінаралық байланыстардың тереңдігіне дейін кеңейтуге мүмкіндік берді. Мұның бәрі канадалық әлеуметтанушы Маршалл Макклүэннің «The medium is the message» – бұқаралық коммуникациядағы хабарламаның сипаты көбінесе тарату арнасының медиа қасиеттерімен анықталады деген тезисіне сай.

Ауызша және медиа деңгейлерімен қатар, БАҚ тілінің маңызды құрамдас бөлігі тұжырымдамалық немесе танымдық-идеологиялық деңгей болады. Шынында да, бұқаралық ақпарат құралдарының тілі – бұл код, әмбебап белгілер жүйесі, оның көмегімен әлем бейнесі жеке және бұқаралық санада қалыптасады. Медиа-психология мамандары бүгінде адамның қоршаған әлемді қалай қабылдауы көп жағдайда бұқаралық ақпарат құралдарының осы әлемді қалай көрсететініне байланысты екенін мойындайды. Әлемде болып жатқан көптеген оқиғаларда өзіндік тәжірибеміз болмағандықтан, біз қоршаған шындық туралы білімімізді өзінің табиғаты бойынша идеологиялық және мәдениетке тән медиа құрылымдар мен талдамалар арқылы құруға мәжбүрміз. Әртүрлі әлеуметтік-саяси топтар мен ұлттық-мәдени қоғамдастықтардың өнімі бола отырып, БАҚ тілі осы талдамалардың көпше сипатын көрсетеді, қандай да бір идеологиялық модальдықты (баяуды) және ұлттық-мәдени ерекшелікті береді. БАҚ тілінде қоғамдағы әлеуметтік-идеологиялық өзгерістер тез көрініс табады, жаңа ұғымдар мен идеологемалар белгіленеді.

БАҚ тілінің жалпы тұжырымдамасын қалыптастыру мен дамытудың маңызды кезеңін ХХ ғасырдың 90-шы жылдары деп санауға болады, өйткені дәл осы кезеңде ұжымдық

ғылыми санада «БАҚ тілі» мәртебесі жеке тәуелсіз құбылыс ретінде бекітілген. Осы кезеңде жалпы тіл мәдениетінің тазалығы, бұқаралық коммуникация тілі жеке тілдік ішкі жүйе ретінде жан-жақты кешенді көзқарас тұрғысынан қарастырылатын бірқатар зерттеулер жарық көрген. Атап айтсақ, нақты БАҚ тіліне тоқталған ресейлік ғалымдар қатарында С.И. Трескова, Б.В. Кривенко, В.Г. Костомаров, Ю.В. Рождественский, С.И. Сметанина, Т.Г. Добросклонская бар. Отандық ғалымдар арасынан Р. Сыздықова, Ы. Маманов, А. Жапбаров, М. Балақаев, М. Серғалиев, Б. Момынова, Н. Уәлиев секілді ғалымдарды атауға болады.

Осылайша, XX ғасырдың аяғында бұқаралық ақпарат құралдарының тілі тұжырымдамасы толығымен қалыптасып, терминнің өзі ғылыми-лингвистикалық күнделікті өмірге мықтап кірді деп айтуға болады. Бүгінгі таңда «БАҚ тілі» термині бұқаралық ақпарат коммуникация саласында жұмыс істейтін мәтіндердің бүкіл корпусы ретінде ғана емес, сонымен қатар лингвистикалық және стилистикалық қасиеттер мен белгілердің белгілі бір жиынтығымен сипатталатын тұрақты тіл жүйесі ретінде түсінілуде. Сонымен қатар, бұл жүйенің маңызды сипаттамаларының бірі – баспа, радио, теледидар немесе интернет болсын, әр БАҚ-қа тән ауызша және аудиовизуалды компоненттердің қатынасы өз жұмысын жалғастыруда. Осының бәрі тіл білімінің жаңа саласы – медиалингвистиканың қалыптасуы мен дамуына негіз болады.

### **Талдау мен нәтижелер**

Жоғарыда атап кеткеніміздей, аталмыш зерттеуде қазіргі бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін қателіктердің көбеюі және журналистердің оларды ретке келтіруінде біршама алаңдатарлық мәселелердің туындауында. Жалаң сөзден нақты дәлелдерге көшелік.

Ең алдымен, тіл жанашырларының айтуынша, қазақ тілі орыс тілінің грамматикасына «байланып болған». Яғни, жалпы сөйлем орыс тілінен тікелей аударылады. Мұны тіл ғылымында калька деп айтады. Бұл тілдің ұлттық ерекшелігін бұзады, өзіне ғана тән нақыштарын, бояуларын көмескілендіреді. Мұндай сөздер қазіргі БАҚ-та өріп жүр деуге болады. Мысалы: қарапайым құттықтау тілек білдіргенде де орысшадан тікелей аудармамен «Мерекеңізбен!» немесе «Туған күніңізбен!» деу грамматикалық қатеге жатады. Себебі қазақ тілінде құттықтау үшінші жақтың бұйрық рай формасымен келетіні белгілі [8, 1-б.].

Сонымен бірге орыс тіліндегі «ожидается» деген сөздің аудармасын қолданып, ауызекі тілде -уде, -уда формаларын қолдану етек алып отыр. Мысалы, дикторлар «қар жаууы мүмкін» деудің орнына «қар жауады деп күтілуде» деп айтып жүр.

Келесі өрескел қатенің бірі – көбісі келді, көбілері келді деген қолданыс ауызша тілде қолданылғаны былай тұрсын, жазба тілде де қолданысқа түсіп кеткен. «Көп» сөзінің өзі көптік мағынаны білдіретінін ескерместен оған көптік жалғауын тағы жалғаудың ешқандай қажеті жоқ. «Көбі келді» тіркесіне тәуелденіп тұрған сөздің үстінен тағы «көбісі» деп тәуелдік жалғауын жалғау артық.

Екіншіден, қазақ тіл білімінің зерттеушілері М. Серғалиев, М. Балақаев жазып өткендей тіл мәдениетін жетік білуде сөзді көп білу жеткіліксіз, оған қоса оларды дұрыс қолдана білу де керек. Сөзді орнымен жұмсау үшін олардың мағынасын, қолдану аясын және т.б. мүмкіндіктерін жақсы білген жөн [9, 194-б.]. Себебі, аталған ғалымдардың айтуынша, стильдік, орфоэпиялық және орфографиялық қателер – тіл мәдениетіне нұқсан келтіруші басты кемшіліктер.

Баспасөздің байырғы түрі – газет-журнал бетіндегі мысалдарға көз жүгіртсек: мысалы, «Қазақстан-Zaman» газетінде еліміздің аспанында өзбек ұшағының ұшуын тайрандай ұшуға теңеген мақалада «тайрандау» сөзі дұрыс қолданылмаған. Бұл сөз «дандайсу» мағынасында берілетіні рас болғанымен, оны ұшаққа байланысты тіркестіру сөз мағынасын бұзып тұрғаны анық. Дәл осындай мысалды «Жас Алаш» газетіндегі қыз баланы «зіңгіттей» сын есімімен

тіркестіру де қате. Себебі «ірі» деген мағынаны білдіретін бұл сөз қызға қатысты ешқашан қолданылмаған. Қазақ тілінің ұлттық корпусына сүйенетін болсақ, онда «зіңгіттей» сөзіне қазақ әдебиетінің түрлі туындыларынан 46 мысал келтірген [10]. Оның 24-і «зіңгіттей жігіт» (Адам Мекебаевтың «Жаза» туындысында «*Зіңгіттей жігіт пе десем, өзің шіп-шикі бала екенсің зой*»), 4-і «зіңгіттей азамат» (Қуаныш Жиенбайдың «Ән салуға әлі ерте» шығармасында «*Айдалада ішқұса боп жүрген зіңгіттей азамат Мейрамкүлді қара тұтып айналсоқтаған екен, несін қызғанады?*»), 3-і «зіңгіттей бала» (Әбіш Кекілбаев «Құс қанаты» шығармасында «*Сонда бұл зіңгіттей баланы арқалап ап, үйіне сүріне жығылып зорға жеткен*»), 2 мысалдан «зіңгіттей қасқыр» (М. Әуезовтың «Көксерек» шығармасында «*Осымен жүріп, жаз ортасы ауған кезде Көксерек зіңгіттей көк шолақ қасқыр болып шықты*») мен «зіңгіттей басы» және басқа сөз тіркестерінде кездеседі. Сөзді қолданғанда оның мағынасының түпкі қырларына үніліп, тіркесетін сөзге үйлесу жағына көңіл аударылмаса мұндай сәтсіз қолданыстар азаймайтыны анық.

Жоғарыда аталғандай, орыс тілінен тікелей аударма жасау да тіл мәдениетіне теріс ықпал беретіні шындық. Мысалы, барлық БАҚ түрлерінде «туылды», «туылған күн» деп жазу әдетке айналып кеткен. Сол секілді «Жас қазақ» газетінде «итке қабылған бала» деген тіркесті көзіміз шалды. Бұлардың орнына «туды», «туған», «қапқан» деп жазу қазақ тілінің нормаларына сәйкес болар еді. Өкінішке орай, мұндай көз сүрінерлік қателердің баспасөз бетінде көптеп орын алуы тіл тазалығы үшін жаны ауыратын жандарды қынжылтары сөзсіз.

Ал енді сөздердің айтылу нормасына келетін болсақ, қазіргі заманғы теле, радиожурналистикадағы ең көп таралған орфоэпиялық қателерге мыналар жатады:

1. Фонетикалық және акцентологиялық қателер.
2. Интонациялық қателер.

Жүргізушінің сөйлеуіндегі орфоэпиялық нормалардың бұзылуына мыналар жатады: дикцияның анық еместігі, түсініксіздік, шапшаңдық, тез сөйлеу, шұбалаңқы тіркестерді қолдану, екпінді дұрыс қоймау, интонацияның дұрыс қойылмауы.

Сонымен қатар, қазіргі таңда тіл білімі саласының мамандарының алаңдаушылығын туындатып отырған мәселенің бірі – қазақ тіліне шетелдік сөздердің, атап айтқанда англицизмдердің бойлай енуі болып отыр. Әрине, кез келген халықтың тілі оқшаулана өмір сүрмейтіні белгілі. Сөздердің басқа тілден енуі – бұл тілдік дамудың табиғи және қажетті процесі, сондықтан шет тілінің әсерінен мүлдем аулақ болатын тіл жоқ [11, 354-б.]. Дегенмен ақпараттық технология қарқынды дамыған тұстан бастап интернет пен әлеуметтік желілердегі БАҚ ақпарат ағынын халыққа жеткізуші негізгі құралға айналып, өскелең ұрпақ осындағы лексиканы белсенді қолдануға көшкені рас.

Қазақстандық телеарналардағы бағдарламалардың атауларының көбісі англицизмдерді қолданып құрастырылған. Мәселен, НТК телеарнасы жастар арасында танымал болғандықтан, онда толық англицизмнен немесе ол арқылы атауын құрастырған көптеген бағдарламалар ұсынылады. «Taboo», «Қызық live», «Revue weekly», «TikToq», «Жұлдызды weekend», «Revue online», «Жаңалық show», «Medlife», «Эксклюзив», «Instatv.kz», «Тематик show», «Wi-Fi 25», «No comments» атты жастар аудиториясына бағытталған көптеген бағдарламалар сол арнада көрсетіледі.

Сонымен қатар, қазақстандық басқа да телеарналарда англицизмдер арқылы атауы құрастырылған бағдарламалар аз емес. Мысалы, «91 TV English», «Инсталайық», «Рейдер», «Made in KZ», «Tech news», «Брифинг», «Интервью», «Тайм-аут», «Next», «ART и факты», «Globar ART», «Fact vs Fake», «Repost», «Кинобизнес», «Q-бизнес», «ART&Апта», «Tangy fresh», «Бизнеске бағыт», «Хит жазамыз», «Дала battle», «Pro Sport», «Prime time», «Қызық times», «Crime time», «Тик Tok news», «Paparazzi», «Qyzyq chat», «Топ-10», «Вечерний прайм», «Smart Almaty», «Life\_Студия KZ», «Offline», «Bizdin show», «Bala battle», «Күліп ALL» және т.б. бағдарламалар көрермендерге ұсынылуда.

Сөзімізге тағы бір дәлел ретінде шетелдік сөздердің тілімізге дендей енуіне қоғам азаматтарының көзқарасын білу мақсатында 2022 жылдың ақпан-наурыз айларында Шымкент университетінің 1, 2, 3, 4-курс студенттері мен оқытушылары арасында әлеуметтік желі арқылы сауалнама жүргізілді. Онда келесі сұрақтарға жауап алынды:

1. Күнделікті ауызша сөйлеу тіліңізде ағылшынша сөздерді қолданасыз ба?
2. Ағылшынша сөздерді көбінесе қай жерде көп қолданасыз?
3. Сіз ағылшын сөздерін не үшін қолданып сөйлейсіз?

Сауалнамаға барлығы 200 респондент қатысты. Оның ішінде жастар саны – 145, аға буын өкілдері – 55.

Нәтижесінде келесі жауаптар алынды (1-сурет):



**1-сурет – Күнделікті ауызша сөйлеу тілінде ағылшынша сөздерді қолданатындардың саны**

1-суретте сауалнамаға қатысқан респонденттердің 18% (36 адам) шетелдік сөздерді жиі қолданатынын байқасақ, 52% (104 адам) аздап қолданатыны айқындалды. Ал 30% (60 адам) таза қазақша сөйлеуге тырысатындарын мәлімдеді.



**2-сурет – Ағылшынша сөздерді көп қолданатын орындар**

2-суретте қазақ тілінде сөйлеушілердің ағылшынша сөздерді көбінесе қай жерде көп қолданатыны туралы нәтижелер берілген. Сауалнамаға жауап берушілердің 27% (71 адам) –



шетелдік сөздерді көбінесе әлеуметтік желілерде қолдантын болса, 45% (116 адам) жұмыста немесе оқуда пайдаланатынын айтты.



**3-сурет – Ағылшын сөздерін қолдану себебі**

3-суретте жауап берушілердің англицизмдерді тілде қолданудың жиі беретін себептері көрсетілген. Шетелдік сөздердің қолдану себептерінің ішінде заманға сай болу үшін деп респонденттердің 73% (143 адам), ал 21% (42 адам) неологизмдерді пайдаланып сөйлеген әдетке айналғанын айқындады.

Кірме сөздер, неологизмдер мен кездейсоқ сөздер біздің өмірімізге еніп, сөздік қорымызды толықтырады және жалпы біздің тілімізде тамыр алады. Сол сияқты әлеуметтік желілер тілінде біз үнемі, тіпті кейде бейсана түрде қолданатын лексиканың белгілі бір жиынтығы бар [12, 185-б.]. Қалай болғанда да, әлеуметтік желілердің тілі олардың тұрақты пайдаланушыларының сөйлеу мәдениетіне әсер ететіні сөзсіз. Әлеуметтік медиа лексикасының жастарға ерекше әсері бар, өйткені бұл топтың сөзі әсер мен өзгерістерге, ең алдымен оның лексикалық компонентіне өте сезімтал. Бұл жаңа технологиялардың қарқынды дамуына және барлық жаңа және белгісіз нәрселерге бейімделуге, игерілмеген нәрсені игеруге деген ұмтылысқа байланысты. Жасына және жоғары ұтқырлығына байланысты бұл жастарға оңайға түседі. Бұл жасөспірімнен (13–17 жас) орташа жасқа дейін – 35–45 жас аралығында орын алатыны даусыз мәселе. Жоғарыда айтылғандардан жасы үлкен ұрпақ әлеуметтік желілердегі көптеген сөздер оларға түсініксіз екенін айтады, бұл кейде олардың әлеуметтік желілерде болуын қиындатады.

Бірақ жас ұрпақ әрқашан әлеуметтік желілерден белгілі бір ұғымдарды саналы түрде қолдана бермейтіні және олар бұл англицизмдердің ана тіліндегі барлық мағыналарын оңай атай алмайтыны шындық. Әлеуметтік желілер сөздігінің үштен екісі басқа тілдерден алынған сөздерден тұрады, қалған үштен бір бөлігі негізгі мағынасын жоғалтқан және әлеуметтік желілерге қатысты жаңа мағынаға ие болған сөздерден тұрады. Бұл сөздердің қазақ тілінде ассимиляцияланғандығы олардың көбінесе қазақ тілінің нормаларына сәйкес қалыптасатындығын, бейімделетінін және сөйлеуде қолданылатындығын көрсетеді.

Сондықтан кірме сөздердің, оның ішінде әлеуметтік желіде қолданылуы шектен тыс көп англицизмдердің әлемдегі ең бай тілдердің бірі саналатын қазақ тілінің лексикалық қорын өзгертуге, кірме сөзге кіріптарлық ұлттық дүниетанымды өзгертуге ықпал етіп жатқаны ащы шындық.

Көптеген сөздер оларды қазақ тілді тасымалдаушылар игерген кезде бұрмаланады (негізінен, қосымшаларды шет тіліне қосу арқылы): трольдеушілік, лайкылдату, спамдық, флудтау, комменттеу, блогерлік, т.б. Мұндай сөздер бұрыннан бері кірме сөздер сөздігінде

қарастырылып, қазақ тіліндегі сын есімнің –лық, -лік, -дық, -дік, -тық, -тік жұрнақтары арқылы мағынаға ие болатын [13, 215-б.]. Сондықтан егер баламасы жоқ болса, осы күйінде қалдыруға да болады. Сонымен қатар жекеше түрдегі зат есімдер көпше түрде өзімізге таныс жалғаулармен аяқталады: лайфхак – лайфхактар, бот – боттар, тролль – тролльдер, админ – админдер, модератор – модераторлар, фолловер – фолловерлер, твипл – твиплдар және т.б.

Осылайша, желілік лексиканы игеру процесі өте белсенді, бұл сөздер тек әлеуметтік желілердің белсенді пайдаланушыларының ғана емес, сонымен қатар компьютердің қарапайым пайдаланушыларының лексикасына мықтап енгендігімен дәлелденеді.

Аталмыш зерттеуде қозғалған мәселелердің маңыздылығы қазіргі қоғамдағы сөз мәдениетін сақтау проблемасына ұштасары сөзсіз. Журналистерге білім беру мәселесі маман даярлаудың жалпы проблемаларына сәйкес келеді, ол теориялық емес, практикалық сипатта болып отыр.

Практикалық сипаттағы проблемалар:

- қазіргі қоғамның қалыптасқан рухани-адамгершілік жағдайы білім беру процесін бұзады, сондықтан журналистерді оқытуда оған қалай қарсы тұру керектігін білу маңызды;

- журналистерді адамгершілік және патриоттық тәрбиелеудің тиімді әдістері жоқ, оларды дамыту қажет;

- жоғары оқу орнын бітіргеннен кейін журналистер оқу процесінде алған өмірлік принциптерден бас тартуы мүмкін. Тұрақты дүниетанымдық қағидаттарды қалыптастыру үшін жоғары оқу орны аясында не істеу керек деген сұрақ қазіргі заманғы кәсіптік білім берудің негізгі проблемаларының бірі болып отыр.

Журналист, әдетте, өзі туралы негізсіз жоғары пікірде болатыны рас және ол бағалауға және өз аудиториясына жеткізуге тырысатын құбылыстарды өте үстірт түсінеді. Соңғысы журналистер беделінің тұрақты құлдырауымен байланысты. Бұқаралық журналистиканың моральдық және эстетикалық даму деңгейі төмен.

Журналистикадағы, әсіресе техникалық ақпарат құралдарымен, мысалы, теледидармен байланысты жұмыс істейтін жас мамандар, көбіне ақпарат беру техникасына қызығушылық танытады және олар кәсіпқой маман ретінде техниканы білу жеткілікті деп сенеді. Бұл позицияда бірқатар қателер бар. Бірінші, айқын білінетіні – журналистика тілі, оның ішінде оның техникалық әдістері маңызды нәрсені білдірудің құралы ғана екенін ұмытып кетуі.

Екінші, алдыңғыға қарағанда айқын емес қателік – бұл шығармашылық адамының өзіне дейін жасалған ақпаратты жеткізу құралдарына сүйенсе де, оның мазмұнын білдіру үшін тілді өзі жасайтындығын ұмытып кетуі. Тілді жасау өздік мақсат емес, тілді құру процесі көбінесе рационалды түрде емес, интуитивті-бейсаналық түрде жүзеге асады. Жаңа тілдің пайда болуы журналист өзінің психо-рухани күйлерін кәсіби маманның реципиенттерге беру үшін қажетті объективті затпен субъективті өмір сүруінен туындаған кезде пайда болады. Бірақ объективті дүние бір жағынан, журналистің ішкі әлеміндегі объективтілігі мен маңыздылығында, өзін-өзі және өзіміздік ұмтылысын толық ұмытып кеткен жағдайда, екінші жағынан дамыған, иілімді ішкі, психо-рухани маман болған жағдайда ғана көрінеді.

1991 жылдан бері қарай қазақ қоғамында қазақ тілін ауызша және жазбаша тілде қолдану жағдайларына әсер еткен елеулі саяси және экономикалық өзгерістер болды. Тілді қолдану жағдайындағы бұл өзгерістер оның лексикалық жүйесінің кейбір бөліктерінде көрініс тапты. Кеңес заманының экономикалық шындығын атаған, идеологиялық лексикадағы көптеген сөздер өзектілігін жоғалтты және белсенді қолданыстан шықты. Көптеген мекемелер мен лауазымдардың атаулары қайта өзгертілді. Діни лексика белсенді қолданысқа енді, көптеген экономикалық және құқықтық терминдер арнайы саладан жалпы қолданысқа өтті. Қатаң цензураның жойылуы БАҚ-тағы, әсіресе, тікелей эфирлердегі бағдарламаларда кездейсоқ ауызша сөйлеудің дамуына әкелді.

Сөз өнеріндегі осындай елеулі өзгерістер қазіргі қазақ тілінің жай-күйіне қатысты жұртшылықтың негізді алаңдаушылығын туғызды. Бұл жағдайға қатысты әртүрлі пікірлер айтылып жүр. Кейбіреулер қоғамдағы реформалар сөйлеу мәдениеті деңгейінің күрт төмендеуіне, тілдің бұзылуына әкелді деп санайды. Басқалары тілдің дамуы реттеуді қажет етпейтін стихиялық процесс деп санайды, өйткені олардың пікірінше, тіл ең жақсысын таңдайды және артық, орынсыз нәрсені қабылдамайды. Өкінішке орай, тілдің жай-күйін бағалау көбінесе саясаттандырылған және шектен тыс эмоционалды болып тұр. Тілдік процестерде не болып жатқанын түсіну үшін тілдік өзгерістердің қолайлылығын бағалаудың ғылыми әдістері қажет, олар әлі де жеткілікті дамымаған.

Сөйлеудегі өзгерістер тілдегі оң ғана емес, теріс өзгерістерге де әкелуі мүмкін болғандықтан, тілді қажетсіз өзгерістерден қалай қорғауға болатындығы туралы ойлану керек. Бұл тұста мемлекеттік қолдаудың болуы аса маңызды.

Мұндай қолдау шаралары ретінде мыналарды ұсынуға болады:

- ғылыми, бұқаралық және мектеп кітапханаларын қазақ тілінің жаңа сөздіктерімен және заманауи оқулықтармен қамтамасыз ету;
- қазақ тілі бойынша ғылыми және ғылыми-көпшілік журналдарды қаржыландыру;
- радио мен теледидарда қазақ тілінен ғылыми-көпшілік хабарлар ұйымдастыру;
- теледидар және радио қызметкерлерінің сөйлеу мәдениеті саласындағы біліктілігін арттыру;
- орфография және пунктуация ережелерінің жаңа редакциясының ресми басылымын шығару.

Сөйлеу практикасындағы жағымсыз құбылыстардың себептері:

- қоғамда беделі бар адамдардың (саясаткерлер, әртістер, спортшылар, тележүргізушілер) сауатсыз сөйлеуінің әсері;
- халықтың БАҚ сөзіне деген сенімі (қағазға басылған және теледидардан айтылған барлық нәрсені норма үлгісі ретінде қарау әдеті);
- тіл нормаларын сақтауға қатысты журналистерге қойылатын редакторлық талаптардың төмендегі;
- корректорлық жұмыс сапасының төмендеуі;
- публицистикалық мақалалар, саяси мәлімдемелер мен заңдар авторларының ойларының шатасуы мен анық еместігі, соның салдарынан олардың шығармаларының тілінің көмескілігі;
- қазақ тіліндегі жаңа мектеп бағдарламасының күрделі талаптары мен қазіргі мектептің нақты мүмкіндіктері арасындағы алшақтық;
- қалың бұқараның классикалық әдебиетке деген қызығушылығының төмендеуі;
- кітапхана қорын толықтырудағы проблемалар;
- гуманитарлық ғылымды құрметтемеу;
- ана тіліне немқұрайлы қарау.

Егер тілге қамқорлық жасаудың маңыздылығын ескеретін болсақ, онда сөз мәдениетінің жағдайын жақсартуға болады. Ол үшін төмендегі мәселелерді негізге алу керек:

- сөйлеген сөздері қоғамдық назарға алынатын адамдарға ана тіліне ұқыпты қарау қажеттігін түсіндіру;
- бұқаралық ақпарат құралдарының басшыларына жарияланатын мәтіндердің стилі бойынша сапалы редакторлық жұмыстың қажеттілігін түсіндіру;
- классикалық әдебиеттерді насихаттау;
- кітапханаларды қазақ тілі мен сөйлеу мәдениеті бойынша жаңа сөздіктермен және оқулықтармен қамтамасыз ету;
- орфография және пунктуация ережелерінің ресми жинағының жаңа редакциясын дайындау және басып шығару;
- ана тіліне ұқыпты қарауды насихаттау.

Бүгінгі таңда ең қол жетімді бұқаралық ақпарат құралдарындағы - теледидар мен радиохабар таратудағы және интернет сайттары мен әлеуметтік желілердегі тілдік жағдай айтарлықтай алаңдаушылық тудырады. Бұл туралы тіл жанашырларының, қоғамдық ұйымдар өкілдерінің мақалалары бойынша айтуға болады. Ол мақалалардан байқалатыны – азаматтар тілдің тек қарым-қатынас және өзара түсіністікке қол жеткізу құралы ретіндегі жайына алаңдаушылық танытып қана қоймай, ана тілі рухани мәдениеттің ажырамас бөлігі екенін түсінетіні айқын көрінеді.

### Қорытынды

Тіл, кез келген шығармашылық сияқты ұлттық мәдениеттің зияткерлік және жасампаздық жағдайын көрсетеді. Стилистикалық зерттеулердің негізгі бағыты қазіргі көркем әдебиетке емес, БАҚ тіліне көбірек назар аударатыны ақиқат. Осы БАҚ тілінің тазалығын сақтау мақсатында мемлекет тарапынан іс-шаралар орындалып та жатыр. Мәселен, 2021 жылдың күзінде ҚР Президенті Әкімшілігі бастамасымен «Сөзтүзер. Қате қолданыстар сөздігі» атты кітап жарық көрді. 2000-нан аса мысал жинақталған бұл сөздік әрбір журналистің жастана жатар көмекшісіне айналуы тиіс деп санаймыз.

Бұл кітап сөздердің мағынасын терең түсініп, орашолақ аудармаға жол бермейді делік. Әйткенмен, бір ғана сөздікпен БАҚ-тағы сөз мәдениеті проблемаларын түгел шеше алмаспыз анық. Әсіресе, осы зерттеуде аталып кеткен көше сленгтері, варваризмдер, өз тілімізде баламасы бола тұра шетелдік сөздерді пайдалану мәселесін шешу өте өзекті болып отыр.

Сөз мәдениетінің жоғары деңгейі – мәдениетті адамның бірегей ерекшелігі. Өз сөз мәдениетімізді жетілдіру – әрқайсымыздың міндетіміз. Бұл үшін әрбіріміз өз сөзімізді қадағалап, сөздің мағыналық жағын ескеріп отыруымыз керек.

### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Жұмағұлова А.Ж., Өмірбекова Р.Қ. БАҚ: журналист және сөз мәдениеті // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. – 2016. Том 40. – №2. – Б. 123–125. DOI: <https://bulletin-journalism.kaznu.kz/index.php/1-journal/article/view/593/575>
2. Құрманбайұлы Ш. БАҚ және сөз мәдениеті. – Алматы: «Сардар» баспа үйі, 2020. – 116 б.
3. Алтаева А.Ш. Речевая культура и коммуникативная компетенция билингва // Известия КазУМОиМЯ имени Абылай хана, серия «Филологические науки». – 2021. – №4 (63). – Б. 51–62. DOI: <https://doi.org/10.48371/PHLS.2021.63.4.004>
4. Cox T. Now You're Talking: Human Conversation from the Neanderthals to Artificial Intelligence. – New York: Random House, 2018. – 384 p.
5. Загидуллина М.В., Киклевич А.К. Некоторые аспекты демократизации языка современных российских СМИ // Современные проблемы медиарусистики. – 2021. Том 19. – №4. – С. 401–418. DOI: <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418>
6. Сыздықова Р. Тіл және ұлттық мәдениет. Он төртінші том. «Абай» энциклопедиясында жарияланған ғылыми-теориялық мақалалар. – Алматы: Ел-шежіре, 2018. – 344 б.
7. Тер-Минасова С.Г. Тіл және мәдениетаралық коммуникация. – Алматы: Ұлттық аударма бюросы, 2018. – 320 б.
8. Қазақ радиосы. «Дұрыс сөйлейік» бағдарламасы. 73-шығарылым. Грамматикалық қателер. [Электронды ресурс]. – URL: <https://kitap.kz/music/9/73-grammatikalyq-qateler> (қаралған күні 23.06.2022)
9. Балақаев М., Серғалиев М. Қазақ тілінің мәдениеті: Оқулық. – Алматы: Дәуір-Кітап, 2013. – 240 б.
10. Қазақ тілінің ұлттық корпусы. [Электронды ресурс]. – URL: <https://qazcorpus.kz/> (қаралған күні 23.06.2022)
11. Аханов К. Тіл білімінің негіздері: Оқулық. 5-бас. – Алматы: Санат, 2010. – 496 б.

12. Сейдамад Ә.Қ., Алдаш А. Сөз байлығы және әсерлілік: мерзімді баспасөз тіліндегі синонимдердің қолданысы // Абылай хан атындағы ҚазХҚЖӘТУ Хабаршысы. «Филология ғылымдары» сериясы. – 2022. – №67 (4). – Б. 181–194. DOI: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2022.67.4.014>
13. Смағұлова Г.Н., Айтжанова Г.Д. Медиамәтіндерден енген шеттілдік жаңа сөздердің қазіргі қолданыс сипаты // Абылай хан атындағы ҚазХҚЖӘТУ Хабаршысы. «Филология ғылымдары» сериясы. – 2022. – №1 (64). – Б. 213–227. DOI: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2022.64.1.017>

#### REFERENCES

1. Jumagulova A.J., Omirbekova R.Q. BAQ: journalist jane soz madenieti [Media: journalist and word culture] // QazUU habarshysy. Jurnalistika seriiasy. – 2016. Tom 40. – №2. – B. 123–125. DOI: <https://bulletin-journalism.kaznu.kz/index.php/1-journal/article/view/593/575> [in Kazakh]
2. Qurmanbaiuly Sh. BAQ jane soz madenieti [Media and speech culture]. – Almaty: «Sardar» baspa uii, 2020. – 116 b. [in Kazakh]
3. Altaeva A.Sh. Rechevaia kultura i kommunikativnaia kompetenciia bilingva [Speech culture and communicative competence of a bilingual] // Izvestiia KazUMOiMia imeni Abylai hana, seriia «Filologicheskie nauki». – 2021. – №4 (63). – B. 51–62. DOI: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2021.63.4.004> [in Russian]
4. Cox T. Now You're Talking: Human Conversation from the Neanderthals to Artificial Intelligence. – New York: Random House, 2018. – 384 p.
5. Zagidullina M.V., Kiklevich A.K. Nekotorye aspekty demokratizacii iazyka sovremennyh rossiiskih SMI [Some aspects of the democratization of the language of modern Russian media] // Sovremennye problemy mediarusistiki. – 2021. Tom 19. – №4. – S. 401–418. DOI: <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2021-19-4-401-418>[in Russian]
6. Syzdyqova R. Til jane ulttyq madeniet [Language and national culture]. On tortinshi tom. «Abai» enciklopediiasynda jariialangan gylymi-teoriialyq maqalalar. – Almaty: El-shejire, 2018. – 344 b. [in Kazakh]
7. Ter-Minasova S.G. Til jane madenietaralyq kommunikaciia [Language and intercultural communication]. – Almaty: Ulttyq audarma biurosy, 2018. – 320 b. [in Kazakh]
8. Qazaq radiosy. «Durys soileiik» bagdarlamasy. 73-shygarylym. Grammatikalyq qateler [Grammatical errors.]. [Electronic resource]. – URL: <https://kitap.kz/music/9/73-grammatikalyq-qateler> (qaralghan kuni 23.06.2022) [in Kazakh]
9. Balaqaeв M., Sergaliev M. Qazaq tilinin madenieti [Culture of Kazakh language]: Oqulyq. – Almaty: Daur-Kitap, 2013. – 240 b. [in Kazakh]
10. Qazaq tilinin ulttyq korpusy [National Corps of the Kazakh language]. [Electronic resource]. – URL: <https://qazcorpus.kz/> (qaralghan kuni 23.06.2022) [in Kazakh]
11. Ahanov K. Til biliminin negizderi [Fundamentals of linguistics]: Oqulyq. 5-bas. – Almaty: Sanat, 2010. – 496 b. [in Kazakh]
12. Seidamat A.Q., Aldash A. Soz bailygy jane aserlilik: merzimdi baspasoz tilindegi sinonimderdin qoldanysy [Vocabulary and influence: the use of synonyms in the language of the periodical press] // Abylai han atyndagy QazHQjATU Habarshysy. «Filologiiа gylymdary» seriiasy. – 2022. – №67 (4). – B. 181–194. DOI: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2022.67.4.014> [in Kazakh]
13. Smagulova G.N., Aitjanova G.D. Mediamatinderden engen shettildik jana sozderdin qazirgi qoldanys sipaty [The nature of the current use of Foreign new words from media texts] // Abylai han atyndagy QazHQjATU Habarshysy. «Filologiiа gylymdary» seriiasy. – 2022. – №1 (64). – B. 213–227. DOI: <https://doi.org/10.48371/PHILS.2022.64.1.017> [in Kazakh]