

ФИЛОЛОГИЯЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР БАҒЫТЫ
НАПРАВЛЕНИЕ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК
DIRECTION OF PHILOLOGICAL SCIENCES

тақырыптық рубрикалар/тематические рубрики/ subject headings

ТІЛ БІЛІМІ ЖӘНЕ ӘДЕБИЕТ
ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРА
LINGUISTICS AND LITERATURE

FTAXP:16.31.61

<https://orcid.org/0009-0007-4750-9006>

Утегенова Г.Ж.

филолог.ғ.к., доцент, М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ТІЛДІК
ПРОЦЕСТЕРГЕ ӘСЕРІ

Автор-корреспондент: Gulzi_2615@mail.ru

Түйін: Медиа сөйлеудің қасиеттерін белсенді зерттеу XX ғасырдың екінші жартысында, қазақ және шетелдік ғалымдардың назарын бұқаралық ақпарат құралдарында тілді қолданудың әртүрлі аспектілеріне аудара бастаған кезде басталды: лингвостилистикалық және прагматикалық, функционалды-семиотикалық бағытта. Бұқаралық ақпарат құралдарында тілді қолданудың негізгі ерекшеліктері туралы айта отырып, зерттеушілер Бұқаралық коммуникацияның қазіргі сөйлеуге әсері орасан зор және мұқият, жүйелі зерттеуді қажет етеді деп келіседі. Осылайша, бұл зерттеудің өзектілігі медиатекстің әртүрлі түрлерін зерттеу, олардың лингвопрагматикалық ерекшеліктерін сипаттау қажеттілігімен анықталады. Медиатекстерді синтагматикалық талдау сонымен қатар белгілі бір медианы жарықтандыру кезінде үнемі қайталанатын тұрақты тақырыптық коллокациялардың барлық топтарын бөлуге мүмкіндік береді. Осы техниканың көмегімен біз жаңалықтар мәтіндерін морфо-синтаксистік және лексикалық-фразеологиялық деңгейлерде зерттедік. Жаңалықтар мәтіні - белгілі бір лингвистикалық-форматтық ерекшеліктері бар, оның медиа белгілері мен прагматикалық көзқарастарымен анықталған медиа мәтіннің ерекше түрі.

Кілт сөздер: БАҚ, баспа, радио, теледидар, газет, жаңалық, медиамәтін.

МРНТИ: 16.31.61

<https://orcid.org/0009-0007-4750-9006>

Утегенова Г.Ж.

к.филолог.н., доцент, ЮКУ им. М.Ауэзова, Шымкент, Қазақстан

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ЯЗЫКОВЫЕ
ПРОЦЕССЫ В КАЗАХСТАНЕ

Автор-корреспондент: Gulzi_2615@mail.ru

Аннотация: Активное изучение свойств медийной речи началось во второй половине XX века, когда внимание казахстанских и зарубежных ученых стало акцентироваться на различных аспектах использования языка в средствах массовой информации: лингвостилистическом и прагматическом, функционально-семиотическом. Говоря об основных особенностях использования языка в средствах массовой информации, исследователи сходятся во мнении, что влияние массовой коммуникации на современную речь огромно и требует тщательного, систематического изучения. Таким образом, актуальность данного исследования определяется необходимостью изучения различных типов медиатекстов, описания их лингвопрагматических особенностей. Синтагматический анализ медиатекстов также позволяет выделить все группы

постоянных тематических коллокаций, которые постоянно повторяются при освещении определенных носителей. С помощью этой техники мы исследовали новостные тексты на морфосинтаксическом и лексико-фразеологическом уровнях. Текст новостей-это особый тип медиатекста, который имеет определенные лингвистические и форматные особенности, определяемые его медийными чертами и прагматическими взглядами.

Ключевые слова: СМИ, печать, радио, телевидение, газеты, новости, медиатекст.

IRSTI: 16.31.61

<https://orcid.org/0009-0007-4750-9006>

UtegenovaG.Zh.

candidate of philology, associate professor, M.Auezov SKU, Shymkent, Kazakhstan

INFLUENCE OF MASS MEDIA ON LANGUAGE PROCESSES IN KAZAKHSTAN

Corresponding author: Gulzi_2615@mail.ru

Abstract: The active study of the properties of media speech began in the second half of the twentieth century, when the attention of Kazakhstani and foreign scientists began to focus on various aspects of the use of language in the media: linguistic and pragmatic, functional and semiotic. Speaking about the main features of the use of language in the media, researchers agree that the influence of mass communication on modern speech is enormous and requires careful, systematic study. Thus, the relevance of this study is determined by the need to study various types of media texts and describe their linguistic and pragmatic features. Using this technique, we examined news texts at the morpho-syntactic and lexical-phraseological levels. News text is a special type of media text that has certain linguistic and format features determined by its media features and pragmatic views.

Keywords: mass media, print, radio, television, newspapers, news, media text

Kіріспе

XX ғасырдың екінші жартысынан бастап бұқаралық ақпарат құралдарының өсуі экспоненциалды түрде жүруде: дәстүрлі БАҚ – Баспа, радио, теледидар көлемінің қарқынды өсуі ақпараттық технологиялардың үнемі жетілдірілуімен қатар жүреді, ғаламдық компьютерлік желінің дамуы ғаламдық ақпараттық кеңістіктің қалыптасуына ықпал етеді. Бұл XX ғасырдың ең жаңа коммуникативті технологияларының бірін жүзеге асыратын интернет. Бұл дәстүрлі ақпарат құралдарына: баспасөзге, радиоға және теледидарға қосылған жаңа медиа-хабар тарату арнасы. Бұл процестердің әлеуметтік маңыздылығы соншалық, ол ақпараттық қоғамның тұжырымдамасын ұсынуға негіз болды, оның шеңберінде қоғамдық дамудың қазіргі кезеңі ақпараттық және телекоммуникациялық технологиялардың қоғамдық өмірдің барлық аспектілеріне кең таралған әсерімен сипатталатын түбегейлі жаңа болып саналады. Әлеуметтік-ақпараттық процестер тілдің жұмысына да үлкен әсер етеді. Бұқаралық коммуникация бүгінде сөйлеуді қолданудың ең қарқынды салаларының біріне айналды. Сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіндері тілдің қазіргі жағдайын сипаттауға негіз бола бастайды, өйткені олар қай жерде болмасын, тілдік шындықтың көптеген өзгерістерін, қазіргі сөйлеуді қолдануға тән барлық процестерді көрсетеді және тіркейді. БАҚ арналары арқылы сағат сайын таратылатын мәтіндердің жиынтық көлемі тұрақты өсуде, бұл өз кезегінде академиялық ғылым тарапынан да осы қарқынды дамып келе жатқан сөйлеу саласына қызығушылықтың артуына ықпал етеді. Бұқаралық ақпарат құралдарында тілді қолданудың негізгі ерекшеліктері туралы айта отырып, зерттеушілер Бұқаралық коммуникацияның қазіргі сөйлеуге әсері орасан зор және мұқият, жүйелі зерттеуді қажет етеді деп келіседі.

Зерттеудің өзектілігі медиатекстің әртүрлі түрлерін зерттеу, олардың лингвопрагматикалық ерекшеліктерін сипаттау қажеттілігімен анықталады.

Зерттеудің негізі - лексика-фразеологиялық ерекшеліктер, морфо-синтаксистік деңгейдегі БАҚ-тың жаңалықтар мәтіндерінің ерекшеліктері және жаңалықтардың тұрақты мәтін құраушы компоненттері. **Ғылыми зерттеудің мақсаты**- қазақ тілді БАҚ-тағы жаңалықтар мәтіндерінің ерекшеліктерін анықтау, оған келесі нақты міндеттерді орындау кезінде қол жеткізуге болады:

- тілдік процестер динамикасындағы БАҚ рөлін анықтау;
- «медиа мәтін» ұғымын талдау;
- жаңалықтар мәтінінің құрылымын анықтау және сипаттамаларын сипаттау;
- қазақ тілді БАҚ-тағы жаңалықтар мәтіндерін морфо-синтаксистік және лексикалық-фразеологиялық деңгейде талдау;
- жаңалықтардың тұрақты мәтін құраушы компоненттері ақпарат көзіне сілтемелер, дәйексөздер және сөз тіркестерін қарастыру.

Зерттеу әдістері:

- ғылыми дереккөздерді өңдеу және талдау;
- медиалингвистика бойынша ғылыми әдебиеттерді, оқулықтар мен оқулықтарды талдау;
- салыстырмалы әдіс;
- іздеу-сипаттау әдісі.

Зерттеу барысында біз келесі жаңалықты алға тартамыз: жаңалықтар мәтінінің лингвистикалық-форматтық ерекшеліктері аайқындалып, оның медиа белгілері мен прагматикалық көзқарастары анықталған медиа мәтіннің ерекше түрлері талданып көрсетілді.

XX ғасырдың екінші жартысы мен XXI ғасырдың басында бұқаралық коммуникация мен жаңа ақпараттық технологиялар қарқынды дамып келеді. Дәстүрлі БАҚ-тың белсенді дамуы-радио, баспа, теледидар, Дүниежүзілік Интернет желісінің пайда болуы мен таралуы бірыңғай ақпараттық кеңістіктің, көптеген медиа ағындардың жиынтығынан пайда болған арнайы виртуалды ортаның құрылуына әкелді. Мұның бәрі сөздің өндірісі мен таралу процестеріне, сөйлеу ерекшеліктеріне және тілдік өзгерістердің сипатына әсер ете алмады.

XX ғасырдың аяғында тіл білімінде жаңа және жеткілікті тәуелсіз бағыт – бұқаралық коммуникация саласындағы тілдің жұмыс істеу мәселелерін зерттейтін медиалингвистика [1, 67]. Белсенді қалыптаса бастады. Бұл факт кездейсоқ емес. Қазіргі кезеңде медиатекст шынымен де ұлттық тілдің өмір сүруінің ең кең таралған түрлерінің бірі болып табылады және оны зерттеу жаңа кезең тілінің нақты сипаттамаларын анықтап қана қоймай, сонымен бірге осы қоғамның коммуникативті құралдарының даму тенденцияларын, коммуникативті кеңістікті қалыптастыру және бақылау әдістерін анықтауға, сондай-ақ коммуникативті мәселелерді шешу үшін енгізілген жаңа коммуникативті технологияларды зерттеуге мүмкіндік береді.

XX ғасырдың 70-жылдарынан бастап Қазақстанда да, шетелде де бұқаралық коммуникация саласындағы тілдің жұмыс істеу мәселелеріне арналған зерттеулер үнемі жарияланып отырады. Оларда бұқаралық ақпарат мәтіндері бар, олар әртүрлі мектептер мен бағыттар шеңберінде қарастырылады: Әлеуметтік лингвистика, функционалды стилистика, Дискурс теориясы, мазмұнды талдау, когнитивті лингвистика, риторикалық сын тұрғысынан. Ғалымдардың назарын кең ауқымды сұрақтар аударады: бұл БАҚ тілінің функционалдық-стиль мәртебесін анықтау, медиа мәтіндердің әртүрлі түрлерін сипаттау тәсілдері, әлеуметтік-мәдени факторлардың медиарегіне әсері және әсер етудің лингво-медиа технологиялары.

Осы бағыт өкілдерінің жұмысын талдау XX ғасырдың аяғында БАҚ тілін оқыту саласындағы жинақталған білім мен тәжірибені дербес ғылыми бағытқа ресімдеу үшін барлық қажетті жағдайлар жасалғанын айтуға мүмкіндік береді. Басқаша айтқанда,

медиаөйлеу зерттеулерінің жиынтық көлемі «сыни массаға» жетті, бұл осы саланы зерттеудің жаңа сапаға – медиалингвистикаға көшуіне мүмкіндік берді, оның шеңберінде БАҚ тілін үйренуге жүйелі кешенді тәсіл ұсынылады.

Ақпараттық қоғамның қалыптасуының қазіргі жағдайында медиа ағынның дискретті бірліктерін зерттеу ерекше өзекті болып табылады. Әрине, мұндай негізгі бірлік медиа мәтін болып табылады, оның шеңбері газет мақаласы, радиохабар, теледидар жаңалықтары, интернет-жарнама және бұқаралық ақпарат құралдары өнімдерінің басқа түрлері сияқты әртүрлі және көп деңгейлі ұғымдарды біріктіруге мүмкіндік береді [2, 54].

XX ғасырдың 90-жылдарында қазақ тіліндегі ғылыми әдебиеттерде пайда болған «медиа мәтін» термині халықаралық академиялық ортада да, ұлттық медиа дискурстарда да тез таралды. Медиа мәтін тұжырымдамасының ғылыми санада тез бекітілуі зерттеушілердің медиа сөйлеу мәселелерін, бұқаралық коммуникация саласындағы тілдің жұмыс істеу ерекшеліктерін зерттеуге деген қызығушылығының артуына байланысты болды.

Теориялық талдау

Сөйлеуді пайдаланудың негізгі көлемі бүгінде бұқаралық коммуникация саласына тиесілі. БАҚ мәтіндері немесе медиа мәтіндер- бұл қазіргі заманғы тілдің ең көп таралған түрлерінің бірі [3, 87]. Бірыңғай ақпараттық кеңістік тұжырымдамасы тілдік өзгерістерді түсінудің кілті болып табылады, өйткені ол әлемдік және ұлттық бұқаралық ақпарат құралдарының біртұтас, біртұтас жүйе түріндегі көп қырлы қызметін көрсетеді, оның қызметі лингвомәдени процестерге айтарлықтай әсер етеді. Шынында да, қазіргі сөйлеу мәдениеті, тілдік норманың күйі мен қозғалысы көбінесе бұқаралық коммуникацияның негізгі қасиеттерімен анықталады, мысалы, қайталану және аудиторияға үлкен қол жетімділік. Бүгінгі таңда бұқаралық ақпарат құралдары таратқан сөз норма ретінде қабылданады және маманның сезімтал құлағы ғана тілдік «қателіктерді» тауып, оларға назар аудара алады: «біздің еліміз үшін спорт әрқашан үлкен нәрсе болды» (дұрыс – үлкен нәрсе), «интрига бірінші кезекте кім болатыны туралы ғана емес екінші орында кім болады» (дұрыс-интрига-бұл), «олар тіпті не туралы жасырған жоқ» және т. б. [4, 112].

Бұқаралық ақпарат құралдарының БАҚ-қа әсері формат пен мазмұн деңгейінде де, тіл деңгейінде де байқалады. Теледидар мен радио өнімдерінің ағылшын, орыс тіліндегі үлгілерін кеңінен тарату, формат пен мазмұнды көшіру (лицензияланған және лицензияланбаған, қарақшылық), БАҚ бағдарламаларының күшті толқыны, коммуникативті хабар тарату стильдеріне еліктеу — бұл қазіргі заманғы қазақ медиа мәтіндеріне тән белгілер. Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарының форматы мен мазмұнына ағылшын тіліндегі медиалингвистиканың ең көрнекті мысалдарының бірі-әйгілі Батыс бағдарламаларынан үлгі алған хабарлар. Сонымен, қазақстандық теледидардың көптеген танымал жобалары әйгілі Батыс телешоуларының аналогтары болып табылады. Мысалы, «Даладағы ғажайыптар» бағдарламасы әлемнің көптеген елдерінде сәтті өтіп жатқан танымал американдық «the wheel of Fortune» бағдарламасының лицензияланған нұсқасы; «Соңғы қаһарман» рейтингтік хабарлары да американдық түпнұсқаларға негізделген. Ағылшын-американдық топырақта пайда болған танымал теле-және радио форматтары қайта құрудан кейінгі сәтте тамыр жаюда: ағылшын тіліндегі бұқаралық ақпарат құралдары үшін talk-show, quiz game, phone-in programme, candid camera, confession television, reality show және т.б. сияқты негізгі форматтарды қолданатын хабарлар саны тұрақты өсуде. Форматтар ғана емес, мазмұн да алынады. Әлемдік киноның, танымал музыканың жаңалықтарын, сондай-ақ шоу-бизнес әлеміндегі оқиғаларды қамтитын көптеген қазақстандық басылымдар жұлдыздардың өмірі туралы өз материалдарын жасайтыны, негізінен «Hello» сияқты танымал ағылшын тілді журналдардың Интернет-сайттарынан мақалаларға ұқсататыны жасырын емес.

Электрондық БАҚ-тағы қателерді көбейту жаргонизмдер мен төмендетілген

лексиканы қолданумен толықтырылады және мұндай лексика ақпараттық-жаңалықтар мәтіндерінде дәл естіледі – стилистикалық тұрғыдан ең тұрақты жанрды анықтау үшін. Осылайша, бұқаралық ақпарат құралдарының тілдік даму динамикасындағы рөлі орасан зор деп қорытынды жасауға болады. Сөйлеуді қолданудың негізгі бағыттарының біріне айналған бұқаралық ақпарат құралдары бүгінде тілдің қазіргі жағдайының сипаты мен қасиеттерін анықтайды. Бұл процестердің академиялық ғылымдағы көрінісі, атап айтқанда, «БАҚ тілі» ұғымының қалыптасуы мен шоғырлануында көрініс тапты.

Бұқаралық ақпарат құралдарының мәтіндерін әртүрлі мектептер мен бағыттар бойынша қарастырды. **Тұжырымдаманың мәні мынада:** дәстүрлі лингвистика үшін мәтінді «негізгі қасиеттері үйлесімділік пен тұтастық болып табылатын символдық бірліктер тізбегінің біріктірілген семантикалық байланысы» ретінде анықтау [5, 84], бұқаралық ақпарат құралдарының саласына көшу кезінде оның шекараларын едәуір кеңейтеді. Мұнда медиатекстің тұжырымдамасы вербальды деңгейдің символдық жүйесінен асып түседі, «мәтін» ұғымын семиотикалық түсіндіруге жақындайды, бұл тек ауызша белгілердің емес, кез-келген дәйектілікті білдіреді.

Нәтижелер мен талқылау

Зерттеушілердің көпшілігі бұқаралық коммуникация деңгейі «мәтін» ұғымына белгілі бір бұқаралық ақпарат құралдарының медиа қасиеттеріне байланысты жаңа семантикалық реңктер береді деп санайды. Сонымен, теледидардағы мәтін тек ауызша матадан ғана емес, сонымен қатар бірнеше деңгейде дәйекті түрде ашылады: ауызша, бейне және дыбыстық сүйемелдеу, біртұтас тұтастықты қалыптастырады және көлем мен қабаттасу ерекшеліктерін алады. Радио мәтіндер мен баспасөз мәтіндері белгілі бір медиа сипаттамалары бар ауызша мәтіннің үйлесімімен сипатталады: музыка мен дыбыстық эффекттер, газеттің немесе журналдың графикалық дизайнының ерекшеліктері.

Медиатекст көлемді көп деңгейлі құбылыс болғандықтан, оны бірнеше параметрлер тұрғысынан сипаттау керек, атап айтқанда - тарату арнасы, лингвистикалық формат белгілері және оны өндіру ерекшеліктері. Аталған жүйе маңызды параметрлерді қамтиды [6, 121], мысалы:

1) мәтін шығару тәсілі (авторлық – алқалық)

2) құру нысаны (ауызша – жазбаша)

3) көбейту нысаны (ауызша – жазбаша)

4) тарату арнасы (бұқаралық ақпарат құралы – тасымалдаушы: баспа, радио, теледидар, интернет)

5) мәтіннің функционалдық-жанрлық түрі (жаңалықтар, түсініктеме, публицистика (feature), жарнама)

6) тақырыптық доминант немесе өзге де тұрақты медиамәтінге тиесілік.

Біз мақалада тұрақты құрылымды нақты мәтіндік материалдың шексіз әртүрлілігімен және ұтқырлығымен үйлестіретін медиалингвистика теориясы аясында жасалған Добросклонская А.Г. классификациясын ұстанамыз. Бұл жіктеу медиамәтіннің келесі төрт негізгі түрін анықтайды:

- жаңалықтар;
- ақпараттық талдау және түсініктеме;
- публицистикада ыңғайлы белгіленген кез келген тақырыптық материалдар;
- жарнама.

Негізгі мәтіннің барлық белгілерімен жаңалықтар қазіргі ақпараттық кеңістіктің мазмұны мен құрылымын қалыптастырады. Ақпараттық медиатекст бұқаралық ақпараттың негізгі мәтіні болып табылады: ол Бұқаралық коммуникацияның негізгі функцияларының бірі – ақпараттық мәтінді толығымен жүзеге асырады. Ақпараттық (жаңалықтар) мәтіннің негізгі сипаттамаларының ішінде тұрақты форматтың болуы, белгілі бір медиамәтінге жататындығына сәйкес құрылымдау, «жаһандық

қайталауларда» көрінетін тұрақты лингвостилистикалық белгілердің болуымен ерекшеленеді [7, 134].

Қорытынды

Қорыта келе, зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, жаңалықтар мәтіні медиа мәтінінің бір түрі ретінде лингво - форматтық қасиеттерге ие екендігі анықталды, оларға медиа белгілері айтарлықтай әсер етеді, олар баспа, радио, теледидар немесе интернет болсын, әр бұқаралық ақпарат құралын сипаттайды. Сондай-ақ, бұқаралық ақпарат құралдарының жалпы ағымындағы жаңалықтар мәтіндерінің маңызы зор. Негізгі мәтіннің барлық белгілерімен жаңалықтар қазіргі ақпараттық кеңістіктің мазмұны мен құрылымын қалыптастырады. Ақпараттық медиатекст бұқаралық ақпараттың негізгі мәтіні болып табылады: ол Бұқаралық коммуникацияның негізгі функцияларының бірін барынша толық жүзеге асырады.

Ақпараттық (жаңалықтар) мәтінінің негізгі сипаттамаларының ішінде тұрақты форматтың болуы, белгілі бір медиатопикке жататындығына сәйкес құрылымдау, «жаһандық қайталауларда» көрінетін тұрақты лингвостилистикалық белгілердің болуы ерекшеленеді.

Қазіргі кезеңде медиа мәтін шын мәнінде ұлттық тілдің өмір сүруінің ең кең таралған түрлерінің бірі болып табылады және оны зерттеу жаңа кезең тілінің нақты сипаттамаларын анықтап қана қоймай, сонымен бірге осы қоғамның коммуникативті құралдарының даму тенденцияларын, қалыптасу және бақылау әдістерін анықтауға мүмкіндік береді.

Біздің жұмысымыздың практикалық маңыздылығы – мамандыққа кіріспе, этика және медиасауаттылық сабақтарына, сабақтан тыс жұмыстарға дайындық кезінде зерттеу материалдары мен нәтижелерін пайдалану мүмкіндігі. Бұл журналистика білім беру бағдарламасы бойынша білімдерін жетілдіргісі келетін мектеп оқушылары үшін де қызықты болады.

Әдебиеттер тізімі

1. Молдабеков Ж.Ж., Таңатарова Б.М. Этносаяси процестерді дамытудағы БАҚ рөлі (Қазақстандық тәжірибе). Алматы:ОО «М&S» баспасы, 2010. 167 б.
2. Сұлтанбаева Г.,Әліқожа Б.Медиа және ақпараттық сауаттылық. Алматы: «Қазақ университеті»баспасы, 2018. 194 б.
3. Сердалы Б.К. Основные типы медиатекстов //Вестник Казахского Национального Педагогического Университета имени Абая.Серия филологические науки. № 1 (51). Алматы. 2015. 240 с.
4. Ержанова А.М. Массовые коммуникация и их влияние на глобальные трансформации культуры: дис. ... докт. филос. наук: 24.00.01. Алматы. 2010. 257 с.
- 5.Баймұлытдинова А.Ш. Медиа - развитие в Казахстане: взгляд в современность //Түркілердіңәлемдікөркеніеткеқосқанүлесі //ХФТК материалдары. Алматы, 2013. 247 с.
6. Маханова Д.З. Языковые средства выражения толерантности в текстах масс-медиа. Алматы,Вестник КазНУим.аль-Фараби, серия филология. 2010. № 2, 150-156 с.
7. Есенова Қ.Ө. Қазіргі қазақ медиа - мәтінінің прагматикасы. филол. ғыл. докт. ... дисс.: 10.02.02. Алматы. 2007. 156 б.

Referens liste:

1. Moldabekov J.J., Tañatarova B.M. Etnosayı prosesterdi damytýdağy BAQ róli (Qazaqstandyq tájiribe). Almaty: OO «M&S» baspasy, 2010. 167 b.
2. Sultanbaeva G., Áliqoja B. Media jáne aqparattyq saýattylyq. Almaty: «Qazaq ýniversiteti» baspasy, 2018. 194 b.
3. Serdaly B.K. Osnovnye tipy mediatekstov //Vestnik Kazahskogo Nasionalnogo

Pedagogicheskogo Yniversiteta imeni Abaia. Seria filologicheskoe naýkы. № 1 (51). Almaty. 2015. 240 s.

4. Erjanova A.M. Massovye komýnikatsiya i ih vlianie na globalnye transformatsii kúltýry: dis. ... dokt. filos. naýk: 24.00.01. Almaty. 2010. 257 s.

5. Baimýltdinova A.Sh. Media - razvitiye v Kazahstane: vzglád v sovremennos //Türkilerdiń álemdik órkenietke qosqan úlesi //HGTK materialdary. Almaty, 2013. 247 s.

6. Mahanova D.Z. Iazykovye sredstva vyrajenia tolerantnosti v tekstah mass-media. Almaty, Vestnik Kazný im.al-Farabı, seria filologiya. 2010. № 2, 150-156 s.

7. Esenova Q.Ó. Qazirgi qazaq media - mátininiń pragmatıkasy. filol. gyl. dokt. ... diss.: 10.02.02. Almaty. 2007. 156 b.

жауапты автор туралы мәлімет (толық аты жөні, жұмыс орны, телефон, электрондық поштасы) **Утегенова Гулзира Жаксылыковна** - «Журналистика және қазақ тілі» кафедрасы, филология ғылымдарының кандидаты, доцент М.Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан. тел.:8-701-487-79-85, Gulzi_2615@mail.ru