

**БҮГІНГІ
БАСПАСӨЗДЕГІ
БЕЙНЕЛІ СӨЗ
ОРАМДАРЫ**

Қазіргі баспасөз бетіндегі ақпараттық мәтіндердің барлығы қоғамдық сананың қабылдауына мүдделі. Тілдің коммуникативтік талаптарына сәйкес ақпарат оқырманға түсінікті, стилі жатық болуы шарт. Сол себепті ұлттық тілдің қайнар бұлағы тұрақты тіркестердің баспасөз тіліндегі қолданыс аясы кең. Тұрақты тіркестер халықтың тарихымен бірге жасап келе жатқан тіліміздің шұрайлы, бейнелі сөз орамдары. Баспасөз бетінде тұрақты сөз тіркестері жиі қолдануы қоғамдық сананың таным-түсінігіне ортақ жағдай туғызады.

Жалпы алғанда қазіргі газет тілінде фразеологизмдердің актив қолдануы баспасөздік сөз байлығын, ұлттың сипатын саралап береді. Себебі кез келген газеттің стильдік ерекшелігі оның тілінен көрінеді. Зерттеуші И.А. Федосова баспасөз тілінің ерекшелігін қарастыра келіп: «Язык газеты – наиболее подвижная стилистическая подсистема литературного языка, отражающая все новообразования и изменения. Инновации сначала появляются в языке, затем или закрепляются или исчезают. Выделяются целые пласты устойчивых словосочетаний, фразеосочетаний» деп көрсетеді [1, с.79]. Бұл фразеологизмдердің баспасөз тілінде айрықша рөл атқаратынын білдіреді.

Сонымен бірге баспасөз тіліндегі, оның стильдік құрылымдарындағы тұрақты тіркестердің қызметі жайын қарастыра келіп, мұндай тіркестердің тақырып аты етіп берілуі туралы: «Имея в виду основное назначение заголовков-информировать читателя относительно основного содержания публикуемого материала, не удивительно, что такой большой процент составляют целые предложения» деген теориялық пікірге ерекше назар аударғанды жөн көрдік [2, с. 180].

Қазақ баспасөзіндегі тұрақты сөздердің рөлі туралы қарастырған кезде Ө. Хазимованың: «...Баспасөз бетіндегі мақалалар мен тұрақты айдарларға назар салсақ, құптарлық ізденістерді байқаймыз. Бүгінде «Алтын бұйым қолды болды», «Көзден ғайып болды», «Алаяқ директордың ақыры», «Аузы күйген үріп ішер», «Кедейшіліктің құрығынан құтқару» т.б. көптеген мақалаларға тақырып болған сөз айшықтарын кездестіруге болады.

...Жалпы, тақырып – газет материалының аты ғана емес, оның қысқаша мамұны деген сөз. Тақырып пен материалдың

мазмұны егіздің сыңарындай бір-бірін толықтырып тұратындықтан, оқырман тақырыпқа қарап, мақалада қандай мәселенің сөз болатынын бірден аңғаратындай болу керек» [3, 64 б.] деген тұжырымы үлкен ой тастары сөзсіз. Себебі тұрақты тіркестер дайын қолданыстар, тақырыпқа негіз болған жағдайда, оның тақырыптық мәнінен мәтін құрылымын айқын аңғаруға болады. Яғни тақырып арқылы мәтін мазмұнын пайымдауға болады. Бұл тіл білімінде Ю.Н. Карауловтың теориялық принциптеріне негізделген.

Фразеологиялық бірліктерді прецедентті мәтін ретінде тану мәселесі зерттеуші С. Жапақовтың [4, 76 б.] ғылыми зерттеу еңбегінде нақты талданып көрсетілген. Ал баспасөз бетіндегі фразеологизмдердің прецедентті мәтін ретінде ақпарат беруін: «Прецедентные входят в культурологический ряд выразительных средств журналистики. Как отмечается исследователями языка газет, умелое использование в публицической речи цитат, крылатых выражений, художественных образцов, пословиц и поговорок «оживляет речь, придает ей разговорный характер, делает ее более яркой, убедительной и служит противоядием против канцеляризма и речевых штампов» деген теориялық пайымдаумен түсіндіруге болады [1, с. 89].

Қазақ баспасөзінің бетіндегі: «Өз елінде сұлтан» (Жас Алаш, 03.01.12); «Ауырып ем іздегенше» (Ана тілі, 26.03.12); «Қырық кісі бір жақ, қыңыр кісі бір жақ» (Түркістан, 25.10.12); «Арға дақ, сүйекке таңба» (Егемен Қазақстан, 29.01.12); Бірлік түбі – береке (Айғақ, 16.02.14); Арпа ішінде бір бидай (Айғақ, 12.02.12) т.б. мақалалардың тақырыбы мәтін мазмұнына сай фразеологиялық тұлғалар арқылы берілуі тұрақты тіркестердің коммуникативтік қызметі мен ақпарат байлығын көрсетеді. Сондай-ақ тақырып атауынан мақаланың мазмұны айқынырақ аңғарылып, тақырыпқа негіз болған фразеологиялық тұлғалар мақала туралы ақпарат беретін прецедентті мәтін қызметін атқарып тұр. Сонымен бірге қазіргі қолданыста фразеологизмдерді қоғамдық, әлеуметтік жағдайларға байланысты уәжді, уәжсіз өзгертіп қолдануды жиі кездестіруге болады. Яғни, тілімізде тұрақты тіркестердің мағынасын сақтай отырып, компоненттерін түсіріп немесе ауыстырып қолдану құбылысы басым.

Газет тілінің өзіндік ерекшелігі мен стильдік мақсаттары туралы айта келіп профессор Р. Әміров: «Газет тілі – әдеби тіліміздің актив жанры. Ол оқушысымен күнбе-күн тілдеседі, оқушысына хабар таратады. Сонымен бірге газет тілі-

нің жұртшылықтың тіл мәдениетіне ықпал ететін жайы да көп.

...Бірақ, стильдік талап біреу. Ол – тілінің тұжырымды дәл, түсінікті болуы. Газеттің стиль ізденуі осы коммуникативтік талаптан туады. Осының нәтижесінде газет тілінде көп жаңа тіркестер туып жатады, сөздердің тосын жұмсалуды байқалады, жаңа термин сөздер туып жатады» деген тұжырым жасайды [5, 74 б.].

Ғалымның пікірін дәлелдейтін мұндай қолданыстар газет тілінде жиі кездесетіні ақиқат. Мысалы: *солақай саясат, ақпарат көзі, қара маржан, ұялы телефон, көк қағаз* т.б. тосын, тың қолданыс аясы өте кең. *Сенімді ақпарат көздерінің мәліметіне қарағанда, аудан әкімінің орынбасары идеология саласында айтарлықтай іс-шаралар жүргізіп жатқан көрінеді* (Егемен Қазақстан, 19.10.12). *Енді жасырудың еш қажеті жоқ шығар, соның алдында ғана тағы да әлгіндегі солақай саясаттың кесірінен Жүсіптің бірқатар етжақындары атылып кеткен еді* (Жас Алаш, 08.06.12). *Кеңестік кезең тұсында «қара маржанымен» (көмір) даңқы шыққан Қарағанды бүгінде республикамыздағы тамақ өнеркәсібі саласының көш бастаушысына айналды. «Перзентханаларды жабу» туралы әңгімені шығарып жүрген өздері, босанбайтын, қолында ұялы телефоны бар, қалтасында көк қағаздары көп еркек бастықтар* (Жас Алаш, 10.02.12).

Жалпы стильдік құрылымдарда, оның ішінде баспасөз тіліндегі окказионалды сөздердің мағынасына контекстің әсері ерекше болып тұр. Егер нормаға сай қалыптасқан сөз, сөз тіркестері контексті құрауда басты рөл атқарса, окказионал сөздер осының негізінде өз мазмұнын аша алады. Себебі окказионал сөздер контекст тудырушы қасиетке ие бола алмайды. Яғни дәстүрлі тілдік қолданыстағы окказионализмдер контекстен тыс жағдайда ғана окказионал сөздердің мағынасы ашылады. Мысалы, жоғарыда берілген *қара маржан, көк қағаз* т.б. тіркестердің мәні контекст арқылы айқындалса, *ұялы телефон, солақай саясат* т.б. тіркестердің қызметі контекстен тыс тұрып та өз мағынасында қызмет атқара алады.

Зерттеушілердің пайымдауынша, окказионал сөз норманы бұзбайды, тек тілдік жүйедегі түрлі сөзжасам мүмкіндіктерінің қалыптасуының сан алуандығын көрсетеді деген ортақ пікір бар. Сонымен бірге окказионал сөзжасам тілдегі ескі форма мен жаңа семантика арасындағы жоғалған байланысты қайта қалпына келтіруге бағытталған жеке сөз үлгісі.

Сөзжасамның бұл тәсілі көркемдік стиль болсын, публицистік стиль болсын, кең қолданылады. Әсіресе баспасөз тіліндегі көрінісі айрықша.

Б. Момынова «Газет лексикасы (жүйесі мен құрылымы)» атты еңбегінде баспасөз бетіндегі авторлық қолданыста пайда болатын окказионализмдерге мынадай баға береді: «Окказионализмдер – сөйлеу кезінде елден ерек, ойды бейнелі етіп беруге ұмтылыс нәтижесі. Окказионализмдердің жасалу жолдары да узуалды сөздерден басқаша болып келеді. Олар өнімділігі (деривациялануы) аз не мүлде аз модельдердің қатысымен жасалады. Әрине жасалу жолына шек қойылмайды.

Тілдегі окказионал құбылыстар көбінесе көркем стильде, әсіресе оның проза, поэзия жанрларында барша бояу, бар мүмкіндіктерімен көрінеді. Окказионализмдер өз мәнін мәтін ішінде, контексте дәл беретіндіктен, олардың тілдік қасиеті мәтін арқылы толық көрінеді. Сондықтан да тілдік бірлік ұғым атауы ретінде тілдік жүйеде қабылдана қоюы екіталай құбылыс, бірақ бұл номинант ретінде қабылдауға әлеуетті окказионализмдер болатындығын жоққа шығармайды. Ал газет арқылы қоғамдық саяси лексика тобына енетін сөздер қатарының окказионалдармен толығыуы тосындау құбылыс» [6, 76 б.].

Дегенмен, соңғы кезде күнделікті баспасөз бетінде жиі пайда болып жүрген тосын, нормадан мақсатты ауытқу арқылы жасалған окказионал тіркестердің оқырманға тигізер әсері зор.

Қазіргі газет тіліндегі авторлық сөзжасам сан алуан. Әсіресе жеке қолданыс кезінде пайда болған мұндай құбылыстардың стильдік мәні ерекше. Мысалы:

Оқта-текте радионың құлағын бұрайтын әдетім бар (Ана тілі, 08.05.12).

Әрбір тасынан тарихтың иісі аңқып тұрған киелі Атырау өлкесіндегі ендігі сапарлар ірі өндіріс орындары мен аудандарда жалғасын таппақ (Жас Алаш, 12.06.12).

Жалпы, біздің халықта «бұзылған» деп, тұз себілмей сасыған етті айтады. Соңғы кезде бұл сөзді сұйық жүріске бой алдырған әйелдерге теріп жүр (Жас Алаш, 07.07.14).

Біз рухы биік, найзағай намысты бабаларды іздеп бардық (Жас Алаш, 02.11.13).

Айдың-күннің аманында аспан мен амандасқан гимараттарының тас-талқанын шығарған террористерден қайткенде де кек қайтарамыз деп ызын жұлып жеп Америка отыр (Қазақ әдебиеті, 11.11.13).

Өз көзіме өзім сенбей қайта қарадым. Балық. Үлкендігі жеңді білектей (Қазақ әдебиеті, 29.11.12).

Контексте берілген авторлық сөзжасам үлгілері: *радионың құлағын бұрау, тарихтың иісі аңқып тұру, сұйық жүріске бой алдыру, найзағай намысты, аспанмен амандасқан гимарат, жеңді білектей* т.б. тіркестердің мағынасы мен стильдік ерекшелігі мәтін арқылы ашылып тұр. Яғни контекске байлаулы мағына. Ал контекстен тыс тұрып дәл осы мағынаны бере алмауы мүмкін. Себебі бұл окказионал тіркестер контекстен жеке тұрып көпмағыналық құбылыстың ықпалында болады. Орыс ғалымы Н.М. Шанский авторлық қолданыстың стильдік мақсаттарын зерттей келе: «Қаламгердің фразеологиялық оралымдары стильдік мақсатта қолданылуы әрқашан шығармашылықпен ұштасады, ал қолдану тәсілдері үнемі әр алуан. Нақты бір стильдік мақсат үшін фразеологиялық оралымдар ешбір өзгеріссіз де, сондай-ақ мағыналық-құрылымдық құрамын өзгерткен және жаңа экспрессивті-стильдік сапаға түсірген түрлендіру арқылы да қолданылады [7, 135 б.] деген тұжырым жасайды. Яғни авторлық сөзжасамның негізі белгілі бір мақсатқа қарай жасалып, контекске жеке экспрессивті-эмоционалды сипат береді.

Қоғамдық сананың қабылдануына сай келетін неологизмдер және коммуникативтік қызмет атқаратын авторлық жаңа сөзжасамдар мен окказионализмдер әлеуметтік қажеттілік негізінде пайда болады. Сөйтіп авторлық сөзжасам үлгілерінің кейбірі «уақытша» қызмет атқарса, енді бірі тілдік қолданысқа икемделе бастайды да, қоғамдық сананың қажеттілігін өтейді.

Біраздан бері республиканың ақпарат аспаны айғайға толы (Ана тілі, 08.06.12).

Ол бұдан 20 жыл бұрын өмірге келуі керек еді» дейді аяқ доп өнерінің майын ішкен мамандар (Жас Алаш, 19.10.12).

Әуелі Президент «НАН» комбинатының сынақтан өтуі барысын қадағалады. Бұрынғы «егін кемелерінен» оның не артықшылығы бар (Түркістан, 25.08.12).

Біз эстрада жұлдыздарының қайтадан өнер көгіне самғауына тілектеспіз (Түркістан, 02.07.13).

Әуелде, Мәскеудің Домодедово әуежайынан Мәскеу-Алматы бағытындағы «ТУ-154» әуе кемесіне отырғаннан кейін, диктор қыздың қазақша сөйлегенін естіп, сондай толқыдым (Түркістан, 14.07.12).

Сөйлемдердегі *ақпарат аспаны, аяқ доп өнері майын ішкен, егін кемелері, өнер көгі, әуе кемелері* сынды тіркестер қазіргі уақытта, әсіресе публицистикада актив қолданысқа түсіп жүр. Автор осындай сөзжасамды құрастырады, бір жағынан, бірден-бір сөз жасаушы форманттар болғандықтан, лингвистикалық сипатқа ие үлгілер ретінде басқа да баламалармен қатар тұрады. Жаңа сөз тудыру кезінде тілдік таңбаның, оның ішінде фразеологизмдердің қызметі ерекше. Өйткені фразеологизмдер коннотативті мағынаны негіздейді.

Яғни публицистикалық мәтіннің тақырыбына негіз болатын экономикалық, құқықтық, саяси-қоғамдық, әлеуметтік атаулар, мысалы, саясат, билік, көлік, тұлпар, азамат т.б. сөздер жеке тұрғанда тек денотаттық мағынаны береді. (Д1), ал *саясат сахнасы; билік сахнасы; темір көлік; темір тұлпар; қалталы азамат* т.б. тіркес құрамында өзіне коннотациялық мағына үстейді де, коннотативті мәнге (К1) ие болады. Бұл құбылыс қазіргі лингвистикадағы қалыптасқан үрдіс. Кейбір зерттеушілер лингвистикада болмысты атаудың бұл тәсілдерін алғашқы және екіншілік атау деп көрсетіп жүр.

Окказионалды сөзжасамды зерттеу кезінде біз коннотативті мағыналы тіркестерге баса назар аударамыз. Тілдік тұлғалардың коннотативті мағынасы әр уақытта сөздің алғашқы мағынасының негізінде қалыптасады. Осындай құбылыстың әсерінен газет тілінде: *еңбек майталмандары, ат құлағында ойнады, саяси өмір, сыр маржан* т.б. стандарттар пайда бола бастады. Дегенмен мұндай тіркестердің өзі келекеле авторлық жаңа қолданысқа түсіп, талғамталғаусыз жұмсала беретін болды.

Келешектің қараңғылығы, саяси науқанның күн сайын құбылуы, зорлықтың қан соруы «жас

азаматтың» үстіне ауыр жүк салып отыр (Жас Алаш, 23.09.13).

Қоғамдағы беделімен материалдық жағдайы әлсіздігіне қарамастан білім майданының майталмандары болашақ ұрпақ үшін, бала үшін көзсіз беріліп, жанұшыра еңбек етіп, өмір бар мән-мағынасын осы табанды еңбектен тауып отыр (Қазақ әдебиеті, 25.06.12).

Ес білгеннен көргені техника болғасын, жастайынан машинаның құлағында ойнап өсті (Жас Алаш, 01.03.13).

Газет тіліндегі осындай сөзжасам негізінде авторлық қолданыстағы *саяси науқан, білім майданының майталмандары, машинаның құлағында ойнады* т.б. тіркестер бастапқы мағынасынан ауысып, уәжділік талаптарынан әлдеқайда алыс кеткен. Бұл біз жоғарыда айтқан «уақытша өмір сүрудің» бір көрінісі.

Бұл бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпарат беру талаптары мен тілдің коммуникативтік қызметіне кері әсерін тигізетін сөзсіз. Өйткені бұл әлеуметтік-қоғамдық сананың қабылдауы мен ойлауына, тіл мәдениетінің мақсаттарына жауап бере алмауы сөзсіз. Осы орайда: қазіргі лингвистикалық ғылым бұқаралық коммуникация тілін зерттеуге көп көңіл бөліп отыр. БАҚ адамзат баласына әлемнің қыр-сыры туралы мәлімет бере отырып, оның ойлау жүйесіне, сана-сезіміне, дүниетанымына, қазіргі уақыттың мәдени қалпына елеулі әсер етеді. «Одним из наиболее распространенным и доступным СМИ, наряду с радио, кино, телевидением, рекламой и интернетом, обладающими мощной силой воздействия на общественное сознание, является и пресса» [8, с. 15] деген тұжырым осы бұқаралық ақпарат құралдары тілінің мәдениетіне қатысты айтылған тың ой деп қабылдаймыз.

Әдебиеттер

- 1 Федосова И.А. Функционально-стилистическая дифференциация русской фразеологии. – Ростов н/Д: Наука, 1997. – 211 с. [131, с. 79].
- 2 Суворов С.П. Особенности стиля английских газетных заголовков // Язык и стиль. – М.: Просвещение, 1965. – С. 18-25.
- 3 Хазимова Ә. Қазақ фразеологизмдерінің ұлттық-мәдени деректері: филол. ғыл. канд. дис. – Алматы, 2002. – 121 б.
- 4 Жапақов С. Эпикалық фразеологизмдердің когнитивтік негіздері: филол. ғыл. канд. дис. – Алматы, 2003. – 125 б.
- 5 Әмір Р. Тіл мәдениеті және баспасөз // Газет тілінде ұшырасатын кейбір сөз тіркестері жөнінде. – Алматы: Мектеп, 1972. – 11-17 бб.
- 6 Момынова Б. Газет лексикасы: жүйесі мен құрылымы. – Алматы: Арыс, 1999. – 228 б.
- 7 Шанский Н.М. Фразеология современного русского языка. – М.: Высшая школа, 1985. – 265 с.
- 8 Володина М.Н. Аспекты изучения языка СМИ на филологическом факультете МГУ им. Ломоносова // Вестник Московского унив-та. Серия филол. – 2002. – № 6. – С. 19-23.

References

- 1 Fedosov IA Functional-stylistic differentiation of Russian phraseology. – Rostov n / D: Science, 1997. – 211 p. [131, p. 79].
- 2 Suvorov SP Features style British newspaper zogolovkov // Language and style. – M.: Education, 1965. – P. 18-25.
- 3 Hazimova A. Kazakh frazeologizmderinin ul'tyq-madeniderekteri: Philological. gyl. cand. Dis. – Almaty, 2002. – 121 b.
- 4 ZҺаракoв S. Epikalykfrazeologizmderdin kognitivtik negizderi: Philological. gyl. cand. Dis. – Almaty, 2003. – 125 b.
- 5 Amir R. Tilmadenietizhanebaspasoz // Gazet tilindeushyrasatynkeybir soz tirkesterizhoninde. – Almaty Mektep, 1972. – 11-17 bb.
- 6 Momynova B. Gazetleksikasy: zhyesikyrylymy changed. – Almaty: Arys, 1999. – 228 b.
- 7 NM Shan The phraseology of modern Russian language. – M.: Higher School, 1985. – 265 p.
- 8 Volodina MN Aspects of the study of media language on the Faculty of Philology of Moscow State University. // Bulletin of Moscow University U. of. SeriesPhilology. – 2002. – № 6. – S. 19-23.