

М.Б. Шиндалиева¹
А.П. Жанысбаева²

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Нұр-Сұлтан, Қазақстан
(E-mail: mendigul@list.ru¹, akniet.zhanysbayeva@mail.ru²)

«Оңтүстік Қазақстан» газетінің тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктері

Аңдатпа. Тоқсан жылдан астам тарихы бар, еліміздің байырғы газеттерінің бірі «Оңтүстік Қазақстан» газеті екені бәрімізге мәлім. Бұл мақалада негізін Алаш арыстары қалаған, ата басылым «Оңтүстік Қазақстан» қоғамдық-саяси газетінің тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктері зерделенген. Аталған газеттің мазмұны мен тарихына көз жүгіртіп, кешесі мен бүгінінің тарихи өзгеру жолы салыстырыла зерттелген. Тақырып қою стилі, қойылған тақырыптардың түрлері, типтері және оларды безендіру дизайны сараланған. Газеттегі айдарлар мен бөлімдер, тұрақты рубрикалар жүйесі нақты мысалдар келтіру арқылы тың зерттеліп жазылған. Сонымен қатар, уақытша бағандар мақалалары да назардан тыс қалмаған.

Түйін сөздер: газет, газет тілі, айдар, тақырып, тақырыптық стиль, жанр, рубрика.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2020-133-4-35-44>

Түсті: 20.05.20 / Қайта түзетілді: 24.08.20 / Жарияланымға рұқсат етілді: 20.12.20

Кіріспе. Кез келген газетте айдар ерекше позицияға ие. Бұл оқырман назарын бірден аударатын нәрсе. Газеттің ажырамас бөлігі бола отырып, айдар мынадай тілдік функцияларды орындайды: ақпараттық (мәтін туралы ақпаратты жеткізеді), прагматикалық (адресаттың ақпараттары мен эмоцияларына әсер етеді).

Кез келген басылымның мазмұнының құрамдас бөлігі тақырып екені аян. Газеттің мазмұны осы тақырып арқылы ашылады. Тақырыптың негізгі мақсаттарының бірі де осы тақырып арқылы оқырманның назарын өзіне аудару.

Тақырып негізінен оқырманның материалмен тез танысуына, осы жарияланымның мазмұнынан жылдам хабардар болуына септігін тигізеді. Газетте қойылатын тақырыптар оқырманның осы материалды оқу не оқымау мүмкіндігін анықтайды, егер тақырып қызығушылық туғызса, тақырып дұрыс қойылғанының белгісі.

Зерттеу жұмысының міндеті. Бұл зерттеуімізде «Оңтүстік Қазақстан» газетінің тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктерін жан-жақты талдап, тақырып қоюдың қыры мен сырын, басылымның тілдік, стильдік ерекшеліктерін жан-жақты ашу көзделеді. Бұл басылымдардағы тақырып мәселесі мен тіл мен стиль туралы отандық және шетелдік ғалымдардың еңбектерінде біршама қарастырылған, бірақ «Оңтүстік Қазақстан» газетінің тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктері туралы зерттеулер жоқтың қасы, осы тақырыпқа әлі де болса жан-жақты көңіл бөлінбеген, сондықтан бүге-шүгесіне дейін зерделеуді жөн санадық. Сол олқылықтың орнын толтыру мақсатында, басылымдардағы тақырып қою мәселесі мен тіл мен стильдік ерекшеліктерін сараптап, тақырып қою ұлттық басылымдар мен аймақтық БАҚ жүйесінде қалай жүзеге асуда және тілдік, стильдік қырлары қазіргі кезеңнің талаптарына сай жүзеге асып жатыр

ма деген сауалға жауап іздеп, зерделеуді осы мақаламыздың негізгі міндеті етіп алдық.

Зерттеу жұмысының мақсаты. «Оңтүстік Қазақстан» газетінің тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктеріне ғылыми тұрғыдан талдау жасау және сәтті тақырып пен қалыптасқан тілдік, стильдік ерекшелігін зерттей отырып, әртүрлі типтегі және жанрдағы жарияланымдардың тақырыпшалары әрқалай болатынын, тақырып пен мазмұнның үйлесімділігін зерделеу, әртүрлі стилистикалық тәсілдердің қолданылу жүйесі, тақырыптардың көп пішінді болуының мәнін ашу мақсаты көзделді.

Зерттеу әдісі. Басылымдар тақырыптарының стилистикасы мен тілін зерттеген ғылыми еңбектерімен танысып, саралай зерттеп, олардың ортақ концепциясын іздедік. С.М. Гуревич, С.И. Виноградов, Б.Н. Киршин, А.З. Кубанова, Л.В. Терентьева, В.Г. Костомаров, М. Шостак, Г.Я. Солганик, Е.А. Земская, Т. Björkroth, M. Grönlund, L. Canter, Y. Mao, M.S. Richter, B.K. Kovacs, X. Бекхожин, Қ.М. Аллаберген, Қ.Ш. Шамахайұлы т.б. зерттеген еңбектердегі баспасөздегі тақырып, тіл мен стиль сипаты туралы ғылыми-теориялық еңбектерін негізге алдық. Аймақтық БАҚ пен бүгінгі күнде жарыққа шығып жатқан республикалық баспасөздегі ұқсастықтар мен айырмашылықтарды, кез келген газеттің ажырамас бөлігі тақырыптың материал мазмұнын ашудағы маңызы мен мәніне, айдар қоюдағы ұрымтал әдіс-тәсілдердің мәнін ашып, ғылыми және теориялық тұрғыдан дәйектеуге талпыныс жасалды.

Талқылау. «Газеттің бүгінгі тақырыбында прагматикалық функцияның маңызы зор. Газет тақырыбының прагматикалық бағыттылығы оның оқырман мен мәтін авторы арасындағы делдал ретіндегі рөлінен туындайды» [1, 67 б].

Егер тақырып сәтті қойылса, онда материалдың да мазмұны ашылып, оқырманның осы мақалаға деген қызығушылығы оянатыны сөзсіз. Сонымен қатар, «Отандық баспасөз БАҚ-тары заман талабына сай ақпаратты оқырманға ұсынудың жаңа пішіндері мен тәсілдерін іздеуге мәжбүр. «Қазіргі баспасөз

тәжірибесінде басылымдардың оқырманға әсері күрт төмендегені туралы көп айтылып жүр. Оның басты себебі, тақырыптың сәтсіз қойылуы немесе мүлде тақырыпсыз материалдардың берілуі» [2, 7 б], – дейді мамандар. Бұл жағдайға себеп ретінде бірнеше факторларды атап өтуге болады. Біріншіден, интернет-БАҚ-тың қарқынды дамуы баспа БАҚ-тың жұмысына әсерін тигізуі болса, екіншіден, елдегі көптеген әлеуметтік, экономикалық өзгерістер бүгінгі баспасөзге жаңа талаптар қоюымен түсіндіріледі» [3, 115 б]. Осы орайда әлемдік журналистикада болып жатқан өзгерістер аймақтық газеттердің тақырыптық, тілдік-стильдік ерекшеліктеріне әсерін тигізуі заңды құбылыс.

XIX ғасырдың басында шыққан басылымдарда кейбір материалдар тақырыпсыз басылғаны рас. Мақаланың басында оқиға болған қала немесе жарияланған уақыты ғана көрсетілген жағдайлар кездескен. Тақырыптың басылымның бірінші бетінде көрнекі тұстары үлкен әріптермен басылғаны, материал мазмұны туралы қысқаша мәлімет берілгені де белгілі. Кейіннен ғана осы рубрикалар мақаланың үстіңгі жағына орналастырылып, материал туралы ақпарат беруге пайдаланылды.

Қазіргі газет-журналдардағы мақалалардың барлығы дерлік тақырыппен және көрнекі суреттермен, фотосуреттермен қатар беріліп жүр. Ақпараттық хабар-ошардың өзі қысқа-қысқа тақырыпшалармен беріліп, үстіңгі жағында үлкен жалпылама тақырыппен жарияланады.

Тақырыпты кез келген газеттің негізгі бір бөлшегі ретінде қарастырған жөн. Бұның аясында қысқа мәтіндер құрылады, олардың қисындылығы мен бейнелілігіне байланысты, сонымен қатар, тақырыптар басқа мәтіндерге қарағанда үлкен қаріппен жазылатындықтан және осы ерекшелігіне байланысты олар сөзсіз аудиторияның назарын өзіне аударады.

«Айдар ақпаратты дереу хабарлап қана қоймай, оны белгілей алады. Мысалы, жаңа ақпараттық хабарламаны жедел және күш-жігерсіз бұрын ақпараттық кеңістікте жасалған басқа хабарламалармен бірге логи-

калық қатарға салынып келген болатын» [4, 9 б]. Сонымен қатар, ақпараттық хабарламаны бағалау, оны аудиторияның бір немесе басқа логикалық қатарда ғана емес, сонымен бірге, эмоционалды көзқараспен қабылдауын қамтамасыз ету қажет. Басқаша айтқанда, айдар оқиға туралы аудиторияның сенімін қалыптастыруға немесе тіпті оқырмандардың жағдайын қалыптастыруға қабілетті.

Біріншіден, осындай тақырыппен жарияланған кез келген ақпарат бірден аудиторияның назарын аударады. Екіншіден, ол автоматты түрде барлық алдыңғы қатарларға қосылды. Үшіншіден, үш сөз аудиторияның барлық осындай жаңалықтарға эмоционалды қатынасын қалыптастырды, демек, әр жаңалыққа жеке-жеке назар аударылған.

Демек, тақырып мәтіндік жарияланымның органикалық алғашқы элементі болып табылады, онымен ажырамас байланыстырылған, сонымен қатар, оның мазмұнынан шығады. В.Г. Короленко өзінің хаттарының бірінде: «Тақырып пен мазмұн туралы белгілі бір дәрежеде бір-бірімен сөзсіз үйлесуі керек», - деп баса айтты [5, 8 б]. Сондықтан айдарлар үнемі назар аударуды талап етеді - басылымдардың авторлары да, әсіресе, газет хатшылығы қызметкерлері де, газеттің тұрақты нөмірлерін дайындаумен айналысатын басқа да журналистер айдарға барынша назар аударуы қажет. Мақалаларды дайындау барысында авторлардың кейбір материалдарының тақырыптары жиі өзгеріп отыратыны кездейсоқ емес, редакцияның редакторлары оқырмандардың назарын аударуға тиісті тақырыптардың ең сәтті нұсқаларын табуға тырысады. Көптеген журналистер мақала, репортаж немесе басқа журналистік жұмыс үшін тақырып іздеумен байланысты «тақырып азабы» туралы біледі. Әркім тақырыпты өз жолымен табады: кейбіреулері оны тек мәтінді толтыру арқылы анықтайды, басқалары, алдымен, болашақ мақаласына тақырып қоюды жөн көреді, кейде шартты, бұл барлық жұмысқа бағыт беретін сияқты, содан кейін оны аяқталған материалға сәйкес нақтылайды.

«Газет тақырыптарының өзіндік стилистикалық ерекшеліктері бар. Газет тақыры-

бын оның экспрессивтілігі және әртүрлі стилистикалық әдістерді қолдану тұрғысынан қарастыруға болады» [6, 23 б], - деген пікір орынды айтылған. «Уақыт өте келе, тақырыпты неғұрлым нақты, дәл тұжырымдау үрдісі пайда болды. Оның негізінде синтаксистік құрылымдарды жеңілдету бар. Мысалы, егер XIX ғасырда - XX ғасырдың басында күрделі синтаксистік құрылымдар, жалпы сөйлемдер қолданылды, содан кейін қазіргі газет тақырыбы қарапайым, көбінесе жай емес сөйлемдермен сипатталады. Негізінен әртүрлі сөздер қолданылады» [7, 45 б].

«Русский язык на газетной полосе» [8] атты кітабында В.Г. Костомаров газет тілінің басты ерекшелігіне: стандарттауға ұмтылу және сонымен бірге, экспрессивтік, сөйлеу фигуралары, эмоционалды және эстетикалық әсер ету үшін бейтарап сөйлеу режимінен шығу - бұл үрдісті іске асырудың тамаша мүмкіндігі екенін айтады.

Стандарттау цифрлардың күмәнмен қамтамасыз етеді: олар әрдайым жаңа сөздермен толтырылуы мүмкін белгілі бір кестелерге негізделген. Бұл кестелер адамзаттың ғасырлар бойғы мәдени іс-әрекетінде бекітілген және «таптық», форманың айқындығын қамтамасыз етеді. Өрнек конвергенция-оппозицияның ақыл-ой әрекеттері нәтижесінде немесе әдеттегі сөйлеу формулалары мен стереотиптерін бұзу нәтижесінде немесе сөйлеу тактикасындағы шебер өзгерістер нәтижесінде пайда болады.

Бүгінгі таңда бұрынғы қатал алдын ала анықтаудан, лексикалық құрамды стандарттау, дәстүрлі бағалау кликтерін пайдаланудан бас тартудың айқын тенденциясы байқалады. Он жыл бұрынғы «Оңтүстік Қазақстан» газетінде де жарқын болашақ сияқты газет клишелері; бірлескен атмосфера; шоғырландыру саясатын жаңалықтар парағын бағалау жүйесінің шамамен 80%-ы иеленді. 80-ші жылдардағы осы газетке тән құбылыс сол басылған мақалалардағы тақырыптардың қайталануы болды. Осылайша, «сындарлы» сөзі «Оңтүстік Қазақстан» газетінің 1987 жылғы қаңтар-наурыз айларында 46 рет шыққан. Бұл конструктивті типтік комбинациялар (жол,

қадам, курс, диалог, тәсіл). «Қауіпті» таңбалаушы «Оңтүстік Қазақстан» газетінде 45 рет, сол уақытта «достық» сөзі 62 рет кездесті.

«Тілдік клише - барлық коммуникация құралдарының ажырамас бір бөлігі. Тақырыпты оқырманға тартымды етіп қою мақсатында тілдік клишені әр қырлы жолдармен пайдалану заманауи баспасөзге тән қасиет болып отыр» [9, 472 б]. Көп жылдар бойы клишелер оқырманның ой-өрісін стандарттауға ықпал етті. Бүгінгі газетте бағалаудың мұндай дәстүрлі құралдары әсер етпеуі мүмкін, бірақ керісінше материалды қабылдамаудың әсері бар. Олардың болжамды әсері төмен сияқты. Қазіргі газет біртіндеп клишенің үстемдігінен арылуда. Сонымен қатар, журналистер сынау әдістеріне жүгінеді. Мысалы, газеттің келесі айдары: Қазір адам сенбейтін дүние қалмады... (ОҚ 10.08.2017); Бір жатырға сыйғандар бір шатырға неге сыймай жүр? (ОҚ, 15.03.2018); Жылдамдық пен ілгерілеу жолында бірнеше жыл... (ОҚ, 22.04.2005); Сіз жарқын болашаққа дейін қалай ұйықтағыңыз келеді? (ОҚ, 29.10.2006).

Қазіргі публицистер жаңа, неғұрлым тиімді, экспрессивті тақырып қою әдісіне көшті. Мұндай құралдарға әртүрлі стилистикалық фигуралар мен әдістер жатады. Олардың газет тілін бағалау жүйесіндегі маңызы артып келеді. Мәселен, егер 1985 жылғы «Оңтүстік Қазақстан» газетіндегі тақырыптар, стилистикалық фигуралар мен әдістер небәрі 20-25% болса, қазіргі кездегі басылым сандарында 80%-дан асады.

Осылайша, әртүрлі стилистикалық фигуралар мен әдістерді қолдануға негізделген тікелей бағалау құралдары, көбінесе, клишеде және экспрессивті бағалау құралдары екі тарихи кезеңдегі – қайта құру мен қазіргі заманғы газет тілін бағалау құралдары жүйесінде қарама-қарсы екі полюсте пайда болды. Экспрессивті бағалау құралдарын белсенді қолдану қазіргі газеттің эмоционалдығын арттыруға, тілді «жандандыруға» және демократияландыруға бағытталған жалпы үрдісіне сәйкес келеді.

Бағалаудың экспрессивті құралдары, тікелей – клишеден айырмашылығы, қабылдау

тереңдігіне бағытталған, сондықтан көп оқырманнан шығармашылықты қажет етеді. Оқырманға бағалауды «қайтарып алу» мүмкіндігі беріледі. Қазіргі газеттің жалпы әдіснамалық негізі оқырманды бірге ойлауға итермелеу деп айтуға болады. Антропоцентрилік тенденция газеттегі тілдік функциялардың белгілі бір диалектикасына әкеледі: хабарлама функциясы байланыс функциясымен бәсекелесе бастайды.

Сөйлеудің барлық дерлік фигуралары «Оңтүстік Қазақстан» газетінде кездеседі, бірақ төрт топ едәуір басым: әртүрлі типтегі сұрақтар, әртүрлі тілдік деңгейлер арқылы жасалған қайталанулар, қолтаңбалар және құрылымдық-графикалық ойлар баршылық.

1990-жылдары тақырыптардың сөздік және стилистикалық мүмкіндіктері шексіз болды. Көптеген ғалымдар (В.Г. Костомаров, М.Шостаков, Г.Я. Солганик, Е.А. Земская) қазіргі газет беттеріндегі кейбір тенденцияларды зерттей келе, басқалары арасында иронияның, тілдік ойынның және «сөйлеу тілінің» әсерінің едәуір өскенін айтады. «Тілдік әдістердің негізінде әртүрлі лингвистикалық құбылыстар жатыр. Олар: омонимдер мен паронимдердің көмегімен жасалады; аты-жөні ойнатылады; аллюзиялар, цитаталар, парадокстар қатысады; қолданылған аллегориялық, семантикалық контраст, «жалған үміт» әсері, дыбыстық аспап – аллитерация, грамматикалық нормаларды қасақана бұзу көп кездеседі [10, 34 б].

Оқырмандардың материалдарды тез түсінуін ұсынатын тақырыптардың төрт түрі бар:

1) оқырманға мақаланың мәтініне сілтеме жасаудың қажеті жоқ түпкі мағынасын түсінуге арналған тақырыптар («тікелей түсіну» түсіну сызбасы) (ОҚ. Қауіпсіздік кеңесінде ОҚО-ның ахуалы талқыланды. 24.02.2018, Астана қаласының 20 жылдығы дайындық мәселелері пысықталды. 14.02.2018;

2) мақаланың мәтінін оқығаннан кейін ғана түсіндірілетін айдарлар (түсіну схемасы «мақала мәтініне сілтеме» Мысалы, ОҚ. «Өлім зонасы» немесе рухтың күші. 14.02.2018, Хохтың аты хох, соттың аты сот. 08.02.2018);

3) дереу аударылған, бірақ мақаланың мәтінін оқығаннан кейін қайта түсіндіруді

қажет ететін тақырыптар - жалған түсіндіру бар айдарлар («түсіндіру схемасы». ОҚ, Оқу гранты қарызға беріледі. 03.02.2018;) Ұлтты сақтаймыз, ұрпақты сақтандырамыз десек... 23.01.2018;

4) прецеденттік мәтіндердің тіркестері тікелей мағынада қолданылатын айдарлар: мұндай жағдайларда прецеденттік мәтіндер субтексттен айырылады, сондықтан мұндай тақырыптар прецеденттік мәтіндердің тақырыптары сияқты тақырыптарды орындайды («тікелей мимикалық прецеденттік түсіну» схемасы. ОҚ, Қазақстанның жұлдызды сәті. 23.01.2018; ОҚ, Ескерткіште үлкен мән бар. 11.09.2017).

Бүгінгі «Оңтүстік Қазақстан» газетінің тақырыптарының стилі туралы айтатын болсақ, баспасөз тілі мен стиліндегі өзгерістер туралы айтуға болады. Жазушылық, жариялылық, идеологиялық бағыт, қоғамдық үгітші мен насихаттаушының әлеуметтік мәртебесі әдеби-көркем тәсілмен көрсетуді талап етеді. Әртүрлі лексикалық амалдар мен фразеологизмдерді қолдану, синтаксистік жүйенің күрделілігі, егжей-тегжейлі салыстыруға сүйену басым.

Газетте кездесетін сөздерде әдеби тілдің және ауызша тілдің нұсқаларының өзара әрекеттестігі, сонымен қатар, сөз бен жаргонның бұқаралық ақпарат құралдарының тіліне тигізетін әсері де байқалады.

«Оңтүстік Қазақстан» газетінің журналистері өз мақалаларында мақал-мәтелдерде жиі кездесетін, көп кездесетін сөздер мен сөз тіркестерін қолданады. Мысалы, Жаралғандай тау-тастың жұпарындай. 26.10.2017; Жақсылар дастан айтайын... 26.09.2017; Оңтүстіктің пейілі оттан да ыстық. 01.09.2017; «Ағайыны аралас, елі тату» келсе еді... 22.08.2017;) Құдай ұлдан бере ме, қыздан бере ме?! 15.08.2017; Отанға қызмет ету - абыройлы іс. 29.03.2018.

Ойлы оқырманға арналған газетте айтылған сөздер күтпеген нәрсе болып көрінеді. Айналадағы бейтарап лексикаға қатысты стилистикалық контраст олардың оқырманның көз алдында мәнерлілігін арттырады: «Оң мүйіз сындырылды» (ОҚ, 03.10.1999).

«Оңтүстік Қазақстан» газетінің беттерінде көркем, ауызекі және тілдік емес белгілерден басқа, экстралингвистикалық ерекшелікпен бөлінген сублингвальдық элементтер де бар. Күнделікті сөйлеу кезінде алынған барлық нәрселер (және одан да көп) енді жазбаша мәтіндерге, бұқаралық ақпарат құралдарына жіберіледі. Бұл ішкі аудармалар - жаргон, аргот, диалектілер. Стандарттау цифрлардың күмәндануымен қамтамасыз етіледі: олар әрдайым жаңа сөздермен толтырылуы мүмкін белгілі бір схемаларға негізделген. Бұл схемалар адамзаттың ғасырлар бойғы мәдени іс-әрекетінде бекітілген және форманың айқындығын қамтамасыз етеді. Өрнек конвергенция-оппозицияның ақыл-ой әрекеттері нәтижесінде немесе әдеттегі сөйлеу формулалары мен стереотиптерін бұзу нәтижесінде немесе сөйлеу тактикасындағы шебер өзгерістер нәтижесінде пайда болады.

«Оңтүстік Қазақстан» газеті беттерінде кездесетін тақырыптардың түрлері көп. Соның негізгілеріне тоқталуды жөн санадық.

1. Негізгі тақырып. Ең көп таралған тақырып түрі материалдың мазмұны туралы түсінік береді. Ол сұрақ, леп, үндеу, растау, теріске шығару сияқты формаларды қабылдауы мүмкін. Мысалы, ОҚ, Шымкентке қош келдіңіз! 14.03.2017; Ер мұғалімдерді көбейту керек! 27.03.2018; Шардарада қарбыз пісті! 02.06.2017; Доллар неге қымбаттады? 08.08.2017; Ұшқыш болғыңыз келе ме? 08.08.2017; Олар нағыз дос екен! 19.08.2017; Тіл мүкістігінен қалай құтыламыз? 26.10.2017; Мақтааралда су тапшылығы жолға қойылды! 22.08.2017; Саңырауқұлақ тергіңіз келе ме? 05.12.2017; Коронавирус: тұмаудың қандай түрі?! 13.01.2017; Аяздан амансың ба, ағайын? 30.01.2018.

2. «Шляпа». Ол материалдарды таңдауда, тақырыптық жолдарда, бұрылыстарда, сандарда қолданылады. Ол шақыру, құттықтау түрінде, бір бетте, мысалы, мереке күндеріне арналған нөмірлерде қолданылады. Осылайша редакция іс-шараның маңыздылығына назар аударады, оны басқалардан салмағын ерекшелейді. «Шляпалар» әдетте жолақтың жоғарғы жағына, үлкен шрифтпен орналастырылады.

Бұл әдіс төмендегідей болуы мүмкін:

- қош келдініз – бұл барлық газет осындай материалдармен толығады дегенді білдірмейді, жай оқырмандарды құттықтайды;

- жұмысқа қабылдау - оқырмандарға сұрақты сәтті шешуге шақырады;

- жалпылау - оның астына салынған материалдардың негізгі мазмұнын бейнелі түрде білдіру;

- анықтаушылар – деректерді, оқиғаларды, құбылыстарды айтады.

3. Рубрикалар.

Тақырып - тақырып таңдау немесе жеке материалдың үстіндегі жол. Бұл мәтіннің мазмұнын ашады, бірақ көбінесе газет немесе жанрдың тақырыптық бөлімін көрсетеді. Оның болуы бөлімдердің тұрақтылығын көрсетеді және оларға назар аудартады.

Айдар түрлері:

- тұрақты – бұқаралық ақпарат құралдарындағы маңызды материалдардың орналасқан жерінде шығады. «Оңтүстік Қазақстан» газетіндегі тұрақты айдарлар: «Ақорда», «Ресми», «Бұқара пікірі», «Елбасы», «Жағымды жаңалық», «Билік және бұқара», «Қоғам», «Бүгінгі сөз», «Ел мен жер», «Әлеумет», «Әрауан», «Заң және заман» т.б.

- уақытша, эпизодтық - белгілі бір кезеңге қажет, олар оқиганы, науқанды бейнелейді. Мысалы, «Жолдауға қолдау», «Ғұмырдария», «Жаршы», «Соңғы бет», «Қызық әдіс», «Қаперіңізде болсын», «Рухани жаңғыру», «Съезд алдында», «Сайлау» т.б.

- Арнайы – тұрақты және уақытша болуы мүмкін, бұқаралық ақпарат құралының ерекшелігіне байланысты.

Негізгі тақырып пен айдар арасындағы айырмашылықтар бар.

Айдар тақырыптан гөрі нақты емес, тақырып туралы жалпы түсінік береді, бірақ, сонымен бірге, оқырман назарын өзіне аударады.

Тақырыптардың пішіндері де әрқалай болып келеді.

Қызмет көрсету. Басылымның жанрын көрсетіңіз, мысалы, «фотожурналистика»; «тікелей сұхбат», «фоторепортаж» ақпарат көзі («конверт тарихы»); материал қай аудито-

рияны көрсетіңіз («копирайтерлерге кеңес», «психологқа кеңес», «несие туралы кеңес»); уақытын көрсетіңіз «Тәуелсіздік күніне» және т.б.

«Оңтүстік Қазақстан» басылымындағы тақырыптардың әртүрлі пішіндері өте кең таралған, мысалы, «Копирайтинг», «ұрандар» тақырыптары. Ол бұқаралық ақпарат құралдарындағыдай функцияларды орындайды, бірақ басылымның жарамдылығын арттыру, оны іздеу жүйелерінде (SEO) жылжыту үшін қажет, өйткені парақтағы сөздердің тығыздығын арттыру, бұл үлкен салмағы бар кросс-гиперплитика.

4. Супер бөлім – бүкіл жолдағы басылымдардың тақырыптық бағыты. Ол, көбінесе, жоғарғы деректеменің үстіне қойылады.

5. Тақырып айдары - негізгі айдар туралы егжей-тегжейлі, жарияланымның негізгі ойына назар аударады, көрсетілген деректерге қысқаша көзқарас білдіреді.

6. Субтитр – екінші тақырыпша немесе оның түсіндірме тіркесі. Ол барлық материалдарға қатысты, тірек рөлін атқарады.

7. Ішкі тақырыпша. Үлкен мәтін өлшемін бөлу үшін қолданылады. Үлкен мәтін түсініксіздеу болып көрінеді, оқуға қиын. Жақсырақ қабылдау үшін ол субпозицияларға бөлінеді. Оқырмандарға материалды жақсырақ табуға көмектесіңіз, оқуды жеңілдетеді.

8. Кіріспе - тақырыптық таңдау немесе параққа қысқаша кіріспе.

9. Үлкен материалдарды жариялау кезінде қолданылады. Автор жарияланымның ары қарайғы бағытын анықтайтын 5-6 негізгі тезистер жасайды. Қосымша авторлық түсініктеме және оқырманға көрнекі сілтеме ретінде қолданылады.

«Газет тақырыптары оның мазмұнының ажырамас бөлігі болып табылады. Мерзімді басылымның «келбеті» олардың сипаттамасы мен мазмұнына байланысты» [8, 90 б]. Олардың ең маңызды функциясы – оқырман назарын аудару. Тақырыптар оған шығарылымның мазмұнымен тез танысуға, оның жарияланымдары туралы, оған ұсынылатын ақпаратта не маңызды екенін түсінуге көмек-

теседі. Газет журналистерінің тақырыптарды пайдалану қабілеті көбінесе оқырманның шешімін анықтайды - тақырыптары оның қызығушылығын тудырған басылымдарды оқу немесе нөмірді шеттету.

Әртүрлі типтегі және жанрдағы жарияланымдардың тақырыпшалары әрқалай болады. «Редакторлық тәжірибе барысында әртүрлі жанрдағы жарияланымдардың тақырыптарын қолданудың өзіндік стереотиптері бар» [11, 6 б]. Осылайша, жаңалықтар туралы ақпарат деректерге, цифрлық деректерге және осыған ұқсас деректерге нақты сілтеме жасауды білдіреді. Мысалы, «Автобустың пойызбен соқтығысуы», «Бір постқа екі үміткер» т.б. Сұхбат тақырыбы көбінесе сұхбат алушының журналистің сұрағына берген жауабынан тұрады. Мысалы, «Экономикалық мифтер мәңгілік емес» (президенттің экономикалық кеңесшімен сұхбаттан). Есептер, эскиздер, эссе жарияланымдары бейнелі тақырыптармен, олардағы мақал-мәтелдермен сипатталады. Мысалы: «Жұлдыздар мен құс жолы» – «Оңтүстік Қазақстандағы» Ұлы Отан соғысының ардагері туралы мақаланың тақырыбы, «Ердің ерен еңбегі» - сол газеттегі журналистің қала тұрғындарымен кездесуі туралы репортаждың тақырыбы.

Алайда, тым қиялшыл немесе күрделі тақырыптарды таңдағанда газет шығарушылары көбінесе тақырыптардың түпнұсқалығында бәсекелестіктің қателіктерін жібереді және олар керісінше әсер етеді. Газеттің жаңа нөмірін оқи отырып, оқырман өзі түсінбейтін тақырыптарды ашудан бас тартып, маңызды жарияланымдарды өткізуден бас тартуы мүмкін. «Газеттің тақырыбы кез келген оқырманға түсінікті болуы керек - бұл талапты жұмысына тақырып іздеумен айналысатын журналист те, мәтінді жариялауға дайындайтын редакцияның хатшысы да ұмытпауы керек» [12, 78 б],- деген пікір орынды.

«Оңтүстік Қазақстан» газетінде тақырыптарды безендірудің бір қателігі - газетке қосымша түстердің орынсыз қолданылуы. Түс тақырыбы - қызыл, жасыл және т.б. - бірінші бетте жарияланымды ерекше етіп безендіреді. Дегенмен, бұл әдісті газет шығарған кезде

сақтықпен қолдану керек. Егер жолақтарда барлық үстіңгі деректемелер немесе олардың көпшілігі ерекшеленген болса, онда бұл тек түрлі-түсті дизайнға әкеледі. Бәрін ажырата білу - бұл ештеңені бөліп көрсетпеу. Тәжірибелі дизайнерлер оқырмандар назарын шоғырландырған бір параққа бір немесе екі негізгі жарияланымды бөліп көрсету үшін қосымша түстер қолданады.

Қорытынды. «Оңтүстік Қазақстан» газетіндегі тақырыптар стилі - оның басқа мерзімді басылымдардан ерекшелігі бар екенін көрсетеді. Бұл стильді ұзақ уақытқа өзгертуге болмайды. Айдарлар стилі бойынша, сондай-ақ, басылым мазмұнының басқа да ерекшеліктері бойынша тұрақты оқырман өзінің газетін оның атын білместен тани алады.

«Оңтүстік Қазақстан» газетінде айдарға ерекше мән беретіні байқалады. Олар басылымның мазмұндық-тақырыптық моделінің негізін құруға, оның жарияланымдарының маңызды тақырыптық бағыттарын анықтауға мүмкіндік береді. Газеттегі бағандар да, сонымен қатар, газеттің композициялық моделін дамытуға, оның құрылымын анықтауға және әр нөмірдің құрылысына ықпал ететіні көрініп тұр. Сондықтан газет нөмірін жүйелі дайындау процесін қамтамасыз ету үшін газет айдары жүйесін қалыптастыру әдісін аталған газет менеджерлері жетік меңгергені байқалады.

Бұл жүйеге екі типті тақырыптар кіреді. Олардың ішіндегі ең маңыздылары - жарияланымдар тақырыбын анықтайтын тақырыптық бөлімдер. Оларды қызмет сипаттамалары біріктіреді, бұл олардың басқа сипаттамаларына сәйкес газеттегі жарияланымдарды ұйымдастыруды жеңілдетеді.

Тақырыптық айдар газеттер жолағында бір томдық басылымдар жинағын және тұтас тақырыптық жолды білдіреді және біріктіреді. Көпшілігі А3 форматында шығарылатын көп басылымдарда шығарылымның құрылымын ұйымдастыру үшін көбінесе тиісті жолақтың үстіндегі «Қоғам», «Ресми», «Ел мен жер», «Тарих», «Саясат», «Экономика», «Мәдениет», «Әдебиет», «Спорт», «Денсаулық», «Жаршы», «Әралуан» және т.б. сияқты тұрақты жолақты тақырыптық бағандар қолданылады.

Қызмет бағандары газеттерде де белсенді қолданылады. Сондай-ақ, олар басылымның материалын ұйымдастыруға көмектеседі және оқырмандарға өздерін қызықтыратын басылымдарды табуға көмектеседі. Қызмет позицияларының бірнеше түрлері қолданылады. Жанрлық бөлімдер - «Біздің сұхбат», «Репортаж», «Бақылау», «Дерек және түсініктеме», «Жаңа кітап» және т.б. басылымдағы материалдардың жанрын анықтайды. Уақытша бағандар - «Аптаның импульсі», «Бүгін және кеше», «Бәрекезде» және т.б. басылымдар хабарлаған оқиғалардың уақытын көрсетеді. «Кеше біздің қалада», «Нұр-Сұлтанда», «Шетелде», «Ақордада» және т.б. аймақтық баған аймақты шектейді, - деп хабарлайды газет. «Сіз үшін, кітап сүйетіндер», «Бағбандарға кеңестер», «Дәрі-дәрмек» т.б. газет оқырмандарының белгілі бір тобына бағытталған. Сервистік бағандар газетте жарияланған ақпарат көзін көрсетуі мүмкін: «Өз тілшілерімізден», «Ақпараттық агенттіктердің есебі», «Облыс әкімдігінен» және т.с.с. Кейде қызмет көрсету бағанында жарияланымның егжей-тегжейлі сипаттамасы беріледі, оның жанрын және ақпарат көзін көрсетеді: «Біздің оқырмандардың хаттары», «Оқырман пікірі», «Мәселенің мәнісі» т.б.

«Оңтүстік Қазақстан» газетіндегі тақырыптар екі бөлімге бөлінеді. Олардың көпшілігін кез келген газетте қолдануға болады. Мысалы, қай жерде өмір сүрсе де, қоғамның немесе азаматтардың өмірінің әртүрлі салаларын көрсететін тақырыптық бөлімдер: «Саясат», «Экономика», «Мәдениет», «Адам және қоғам», «Денсаулық сақтау қызметі», «Қызықты сұхбаттасушы» немесе қызмет бағандары - ақпарат көзін немесе оқиғалардың уақытын анықтайтын жанрлар. Газетте жалпы айдарлардан басқа, тек осы басылымда

кездесетін монополиялық айдарлар қолданылады. Мәселен, «Оңтүстік Қазақстан» газетінде жергілікті өмірге және олар оқыған аймақтың ерекшеліктеріне қатысты: «Көзкөрген», «Оңтүстіктің панорамасы», «Балық аулау аулары», «Ауыл шежіресі», «Спорт», «Ел алдындағы есеп» және т.б. тақырыптары ұзақ уақыт қолданылған. «Оңтүстік Қазақстан» газетінде, сонымен бірге, оның имиджі осы қазіргі оқырмандардың қызығушылықтары мен ақпараттық сұраныстарына бағытталған тақырыптық бағандар жүйесіне де байланысты. Бұл кескіннің қалыптасуында монополиялық тақырыптар жалпы тақырыптардан гөрі кем емес, кейде маңызды болады.

«Оңтүстік Қазақстан» басылымында тұрақты рубрикалар жүйесі бар, оны қалыптастыру үшін ортақ шаблон жоқ және болмауы керек. Егер, мысалы, газеттің іскери бетінде мұндай жүйенің негізі «Қаржы», «Нарықтар», «Компаниялар», «Маркетинг», «Энергетика» және т.б. болса, басылымның спорттық бетіндегі тақырыптық айдарлар жүйесі әртүрлі спорт түрлерін белгілейді: «Футбол», «Баскетбол», «Шаңғы спорты», «Теннис» және басқалар. Ал басылымның әйел оқырмандарға арналған бетінде әйелдердің мүдделеріне байланысты бағандар қолданылады: «Денсаулық», «Сән», «Бала күтімі» және басқалары.

«Әрбір басылым мерзімді басылымдардың құрамын және олардың санын газет типіне және деңгейіне қарай анықтайды [13,2 б]. Кішкентай жергілікті газетте екі немесе үш бағандарды пайдалану жеткілікті, ал «Оңтүстік Қазақстан» газеті сияқты аптасына бірнеше рет шығатын үлкен басылымда олардың саны артып келеді. Бұл жүйенің құндылығы газетті шығару барысында әртүрлі тақырыптағы әр тақырыптың орны мен рөлін анықтайтын желілік кесте негізінде жетілдіріледі.

Әдебиеттер тізімі

1. Аллаберген Қ. Қазақстанның облыстық және аймақтық баспасөзінің тарихы. – Алматы: Эпиграф, 2016. – 146 б.
2. Бекхожин Х. Қазақ баспасөзінің даму жолдары. – Алматы: Қазақстан, 1964. – 239 б.
3. Björkroth T., Grönlund M. The Growth of Leading Regional Newspapers. // Nordicom Review. Vol. 35, - 2014. - P. 115-133.

4. Жаңа ақпараттық хабарлама. [Электрон. ресурс] – URL: <https://e-kyzylorda.gov.kz> (Қаралған күні: 15.05.2020)
5. Шамахайұлы Қ. БАҚ қай бағытта дамып отыр? [Электрон. ресурс] – URL: <https://abai.kz/index.php/post/15849> (Қаралған күні: 15.05.2020)
6. Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра: учебное пособие для вузов / С.М. Гуревич. - Москва: Аспект Пресс, 2014. - 345 с.
7. Киршин Б.Н. Региональная пресса: актуальные тенденции национального медиарынка // Вестник Челябинского государственного университета. - 2009. - № 17. – С. 42-45.
8. Мырзахмеов А.И. Байыпты да дара басылым. – Алматы: Оңтүстік Қазақстан редакциясы, 2014. -376 б.
9. Canter L., The interactive spectrum: The use of social media in UK regional newspapers. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 19. -2013. – P. 472-495.
10. Виноградов С.И. Культура русской речи. – Москва: Инфра, 1999. – 560 с.
11. Кубанова А.З. Газетный заголовок современной газетной прессы / А.З. Кубанова // Русский язык и литература. – 2014. - №6. – С. 7-10.
12. Терентьева Л.В. Лексико-грамматическая и жанрово-стилистическая системность в оформлении газетных оценочных заглавий: Автореф.. на соискание учен.степени канд.филол.наук / Л.В. Терентьева. - Москва, 1990. –С. 18.
13. Mao Y., Richter M.S., Kovacs B.K., Homelessness Coverage, Social Reality, and Media Ownership: Comparing a National Newspaper with Two Regional Newspapers in Canada // *Mass Communication and Journalism* , Vol. 2. -2012. – P. 1- 7.

М.Б. Шиндалиева, А.П. Жанысбаева

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Тематические и стилистико-языковые особенности газеты «Оңтүстік Қазақстан»

Аннотация. Всем известно, что одна из давних, коренных газет с историей более девяноста лет - это газета «Оңтүстік Қазақстан». В данной статье рассматриваются тематические, стилистически-языковые особенности общественно-политической газеты «Оңтүстік Қазақстан», основателями которой являются активисты движения «Алаш». Изучена история газеты, исторические изменения в содержании газеты показаны в сравнении с нынешним содержанием. Описаны стили постановки тем, их виды, типы, а также дизайн оформления тем в газете. Представлены заголовки, жанровые колонки, система постоянных рубрик и конкретные примеры из статей газеты. Не остались без внимания и статьи из временных колонок.

Ключевые слова: газета, язык газеты, рубрика, тема, стили тем, жанр, заголовок.

M.B. Shyndaliev, A.P. Zhanysbayeva

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Thematic, stylistic and linguistic features of the «Ontustik Kazakhstan» newspaper

Abstract. Everyone knows that one of the oldest, indigenous newspapers with a history of more than ninety years is the newspaper «Ontustyk Kazakhstan.» This article discusses thematic, stylistic and linguistic features of the socio-political newspaper «Ontustik Kazakhstan», the founders of which are activists of the Alash movement. The history of the newspaper is investigated, and historical changes in the contents of the newspaper are shown in comparisons with the current content. The article describes the styles of themes, and their types, as well as the design of themes in the newspaper. Headings, genre columns, and a system of regular headings are studied with specific examples from newspaper articles. The articles from the time columns were not ignored either.

Keywords: newspaper, newspaper language, rubric, topic, theme styles, genre, title.

References

1. Allabergen K. *Kazakhstanyn oblystyk zhane aimaktyk baspasozinin tarihy* [The history of areal and regional periodicals of Kazakhstan] (Almaty, Epigraf, 2016, 146 p.). [in Kazakh]

2. Bekhozhin H. Kazak baspasozinin damu zholdary [The development way of Kazakh press]. (Almaty, Kazakhstan, 1964, 239 p.). [in Kazakh]
3. Björkroth T., Grönlund M. The Growth of Leading Regional Newspapers, Nordicom Review. 2014. Vol. 35. P. 115-133.
4. Jana aқпараттық habarlama [New information message] [Electronic resource] Available at: <https://e-kyzylorda.gov.kz> (Accessed: 15.05.2020). [in Kazakh]
5. Shamahaiuly K. BAK kai bagytta damyp otyr? [The ways of development current mass media?] [Electronic resource] Available at: <https://abai.kz/index.php/post/15849> (Accessed: 15.05.2020). [in Kazakh]
6. Gurevich S.M. Gazeta: vchera, segodnja, zavtra: uchebnoe posobie dlya vuzov [Newspaper: yesterday, today, tomorrow: textbook for universities] (Moscow, Aspekt Press, 2004, 345 p). [in Russian]
7. Kirshin B. N. Regionalnaya pressa: aktualnye tendencii nacionalnogo mediarynka [Regional press: current trends in the national media market] Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Chelyabinsk State University] - № 17, 2009, - P. 42-45 p. [in Russian]
8. Myrzahmeov A.I. Baiypty da dara basylym [Judicious and unique press] (Almaty, Ontustik Kazakhstan redakciyası, 2014, 376 p.). [in Kazakh]
9. Canter L., The interactive spectrum: The use of social media in UK regional newspapers. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, Vol. 19. -2013. – P. 472-495.
10. Vinogradov S.I. Kultura russkoi rechi [The culture of Russian speech] (Moscow, Infra, 1999, 560 p.). [in Russian]
11. Kubanova A.Z. Gazetnyj zagolovok sovremennoj gazetnoj pressy [Newspaper headline of a modern newspaper press], Russki yazyk i literatura [Russian language and literature] - №6, 2014. – P. 7-10. [in Russian]
12. Terenteva L.V. Leksiko-grammaticheskaia i zhanrovo-stilisticheskaja sistemnost v oformlenii gazetnyh ochenochnyh zaglavii [Lexical-grammatical and genre-stylistic consistency in the design of newspaper appraisal titles] Aftoreferat na soiskaniye uchen.stepeni kand.filol.nauk [Abstract. for the competition of scientists. degrees of cand. philol.Sciences] L.V. Terentyeva. Moscow, 1990. P. 18. [in Russian]
13. Mao Y., Richter M.S., Kovacs B.K., Homelessness Coverage, Social Reality, and Media Ownership: Comparing a National Newspaper with Two Regional Newspapers in Canada, Mass Communication and Journalism. Vol. 2. -2012. P. 1- 7.

Авторлар туралы мәлімет:

Шыңдалиева Меңдігүл – Журналистика және саясаттану факультетінің профессоры, филология ғылымдарының докторы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Жанысбаева Ақниет – негізгі автор, Журналистика және саясаттану факультетінің 3 курс докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан.

Shyndalievа Mendigul – Doctor of Philology, Professor of the faculty Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.

Zhanysbayeva Akniет – main author, The 3rd Doctoral student of the faculty Journalism and Political Science, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan.