

5. Гриненко, Г. В. Новая философская энциклопедия // М., 2000–2001.
6. Kavinkin I. N. Basics of semiotics // М.: Publ, 2011.
7. Morris Ch.U. *Writings on the General Theory of Signs* // Edited by Ju. S. Stepanov. Moscow:1982.
8. Ляшенко, Е.С. Семиотический аспект интернет-культуры // Гуманит. вектор. 2011. 99-105 стр.
9. Peirce C.S. Semiotic and Significs // under "Final Interpretant" 1909. p. 110.

ҚАЗІРГІ ТАҢДАҒЫ КИБЕРКЕҢІСТІКТЕГІ АҒЫЛШЫН ТІЛІНІҢ ТҮРЛЕРІ МЕН ӨЗГЕРУІ

Маханбетжан Әсем Нұржанқызы

assem.sunm@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ шетел филологиясы, ағылшын тілі факультетінің 4 курс студенті. Нұр-Сұлтын, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – ф. ғ.к., профессор Анафинова М.Л

XXI ғасырда ағылшын тілі кеңінен таралып, Британ империясы, Америка Құрама Штаттарының ғана тілі емес, сонымен бірге жаһандық тілге айналды. Ғалымдар мен мамандар арасындағы халықаралық ақпарат алмасу ағылшын тілінің жаһандануына мүмкіндік берді. Демек, бүкіл әлем ағылшын тілін білім беру, дипломатия, ғылым және технология саласында қолдануды, сондай-ақ әлемдік еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болуды таңдады. Мысалы, IT секторы ағылшын тілін ана тілі ретінде қабылдаған көптеген салалардың бірі болып табылады және осы ұстанымның арқасында ағылшын тілі Интернеттегі ең кең таралған тілге айналды.

Ағылшын тілінің ғаламтор желісінің әсерінен өзгеріске ұшырауына байланысты, Дэвид Кристал тұжырымдаған, «интернет-лингвистика» атты жаңа ғылым пайда болды. Ғылымның бұл бөлімі интернет-кеңістіктің және мәтіндік хабарламалар сияқты ақпарат берудің басқа "жаңа" құралдарының белсенді дамуының әсерінен туындаған тілді қолданудың жаңа формаларын зерттеумен айналысады. Тіпті Netspeak, Chatspeak, Netlish немесе e-talk атты жаңа термин қалыптасты. Бұл термин ғаламтор-аралық ағылшын тіліне және оның барлық жаңалықтары мен инновацияларын сипаттауға арналған [1, 24 бет].

Бүгінгі таңда Интернет немесе ғаламдық желі - ойлап табылған кезеңіндегідей деректерді тасымалдау тәсілі ғана емес, сонымен бірге адамның әлемдегі өмірдің үнемі дамып келе жатқан қарқынына сәйкес бағдарлануына көмек беретін маңызды құралдарының бірі. Желіде адамдар пайдалы ақпаратты, өмірлік серіктесті іздейді, сауда жасайды, жұмыс істейді, Іскерлік байланыстар орнатады, танымал болады және т.б., желілік өзара әрекеттесу әлеміне адамның осындай үлкен қатысуы зерттеушілердің әртүрлі білім салаларында, соның ішінде лингвистер ғылымының мамандарының да қызығушылығын арттырады.

Соңғы он жыл ішінде желілік тілдің жұмыс істеу ерекшеліктерін, желілік дискурсты қалыптастыру тәсілдерін және Интернеттегі ағылшын тіліндегі сөйлеу процестерінің барысын зерттеуге арналған көптеген жарияланымдар пайда болды.

Сонымен қатар, көп жағдайда байланыс процесі осы ортада негізінен мәтіндік алмасу арқылы жүзеге асырылады. Шерри Теркл виртуалды сәйкестікті зерттеуде жазғандай, сіз кез-келген адам бола аласыз. Қаласаңыз, өзіңізді толығымен "қайта ойластыра" аласыз. Тыңдаушы сіздің сөздеріңіздің негізінде ғана болжам жасай алады. Олардың бар көре алатыны, - тек сіздің сөздеріңіз [2, 7-274 бет].

Осы саладағы жетекші батыс ғалымдары келтірген дәйексөздерден көрініп тұрғандай, интернеттегі мәтіндік компоненттің мәні бірінші орынға шығады. Сондықтан да, мәтін зерттеуші лингвисттердің жұмысы ғаламтордағы ағылшын тілі кеңістігін зерттеуде маңызды рөл атқаруы керек.

Тілдің жаңа салада жұмыс істеуі таным мен қарым-қатынас құралы ретінде тілдің дамуына байланысты көптеген проблемалар туғызады. Мұндай проблемаларға, атап айтқанда, ағылшын тілінің тілдік нормаға әсері, белгілі бір фонетикалық-графикалық, лексикалық және басқа құралдарды таңдаған кезде көрінетін үнемдеу, біріктіру, қысқарту және т.б. тенденциясы, сондай-ақ электронды ағылшын тіліндегі мәтіндердің жанрлық жіктелуі жатады.

Электрондық коммуникация тілін жан-жақты талдаудың негізі, біздің ойымызша, электронды байланыс мәтіндерінің жанрлық сипаттамасы мен жіктелуі бола алады. Сонымен қатар, жанрлық жіктеуді дамыту жанрлық құрылымға семантикалық-стистикалық және прагматикалық "көзқарасты" үйлестіре отырып, оны сипаттауға синтездеу тәсілін қажет етеді. Қазіргі уақытта форумдарды, чаттарды, жеке блогтар мен порталдарды жанрлық тұрғыдан зерттейтін, жіктеудің нақты критерийлерін бермейтін немесе оны белгілі бір Интернетке қосылу критерийі бойынша таза техникалық тұрғыдан қарайтын жұмыстар бар.

Ағылшын тілінің цифрлық вариацияларын зерттеу барысында онлайн дискурстың жанрлық жүйесінің құрылымы көп деңгейлі деп айтуға болады-ол үш негізгі қабаттан тұрады: гипержанрлар, жанрлар және жанр түрлеріне одан әрі бөлуге болатын қосалқы, яғни субжанрлар. Субжанр-бір актілі мәлімдемелерді білдіретін жанрлық форма; гипержанр-бірнеше жанрларды біріктіретін жанрлық макроқұрылым;

Жанр-бұл спикерлер нормативті деп қабылдайтын, бірақ жан-жақты дискурсивті кеңістікте орналасқан өтпелі форма. Қолданыстағы жанрлардың алуан түрлілігін ескере отырып, интернет-дискурстың гипержанрына сайт; блог; әлеуметтік желі; электрондық кітапхана жатады деп санауға болады.

Интернет-жанрлар: электрондық пошта; форум; чат; хабарландыру тақталары; баннер жарнамалары; жедел хабар алмасу арқылы байланыс, виртуалды конференция; автордың посты немесе жазбасы; түсініктеме (кез-келген басқа виртуалды жанрда (әлеуметтік желі, блогтар және т.б.).

Қызықты факт, виртуалды жанрлар бір-бірін алмастыра алады, басқа жанрларда өзгере алады. Бұл Интернет технологиясының дамуы нәтижесінде пайда болып, виртуалды кеңістікте жаңа жанрлардың пайда болуына әкеледі.

Интернеттегі ағылшын тілі прагматикалық, медиа, мазмұнды және тілдік сипатқа ие вариативтіліктің немесе жанрдың белгілі бір тұрақты параметрлерінің болуын болжайды.

Зеттелген ақпараттарды жалпылауға сүйене отырып, ағылшын тілінің интернеттегі өзгергіштік моделін келесідей қарастыруға болады:

прагматикалық параметрлер (неге? кім? кімге? қайда?);

параметрлерді техникалық тұрғыдан көрсету (не арқылы? қандай компьютерлік бағдарламаның көмегімен?);

құрылымдық-семантикалық параметрлер (не? қандай тәртіппен?);

стистикалық және лингвистикалық параметрлер (қалай? қандай тілдік құралдардың көмегімен?).

Біздің зерттеуіміз интернеттегі қарым-қатынастағы ағылшын тілінің өзгергіштігін анықтауға және сандық делдалдық ағылшын тілінің әртүрлі жанрларын олардың функциялары бойынша салыстыруға бағытталған, сондықтан біз стилистикалық және лингвистикалық параметрлерге, сондай-ақ құрылымдық-семантикалық параметрлерге назар аударамыз.

Щипицина Л.Ю. классификациясын толығымен зерттедік [3, 296 бет]. Сол классификацияға жүгіне отырып және Интернеттегі коммуникация функциялары мен зерттелген

жұмыстардағы барлық ақпаратты талдауға байланысты, біз киберкеңістіктегі ағылшын тілінің жіктеу жүйесін немесе классификациясын ұсына аламыз. Бұл жүйе төмендегідей кестеде төрт түрден тұрады:

| Жанр | Мақсаты | Түрлері | Мысалы |
|---|---|---|--|
| Ғылыми-білім беру немесе арнайы ақпараттық жанр | ақпарат беру немесе алу үшін | институционалдық веб-беттер, ақпараттық агенттіктер мен Интернет-БАҚ веб-парақтары, іздеу жүйелері, онлайн-энциклопедиялар, каталогтар, тарату тізімдері, электрондық кітапхана | Cambridge.university/cam.ac.uk, Ox.ac.uk, Stanford.edu, Sarbonne-university.fr, enu.kz |
| Ресми-коммерциялық жанр | адресатты әрекет жасауға итермелеуге арналған | веб-жарнама, коммерциялық және жеке жарнама, интернет-дүкендер мен аукциондар | Us.coca-cola.com, McDonalds.com, Apple.com, Microsoft.com |
| Әлеуметтік коммуникация жанры | қарым-қатынас қажеттіліктеріне және этикет нормаларын сақтауға жауап береді | чат, электрондық пошта, жаңалықтар топтары, форумдар, әлеуметтік желілер | Reddit.com, Instagram, Quora.com |
| Ойын-сауық жанры | белгілі бір коммуникативті әрекеттерді орындаудан ләззат алу | Онлайн ойындар | League of Legends |

Әр жанр туралы толығырақ ақпарат беру үшін әр жанрдың мысалдарындағы сөйлемдердің құрылымын қарастырамыз: типография, орфография, морфология, синтаксис, дискурс схемасы.

Ғылыми сайттар үшін мысал ретінде біз университеттердің сайттарын алуға шешім қабылдадық, өйткені олар бір уақытта осы жанрдың барлық ерекшеліктерінен тұрады. Заманауи университет сайты-бұл көпфункционалды ақпараттық ресурс. Көптеген білім беру ұйымдарының ресми порталдары келесі функциялармен сипатталады:

Ақпарат: Мұнда оқырман университет туралы әртүрлі мәліметтер алады. Бұл әр түрлі мақсатты аудиторияның өкілдері үшін қызықты да пайдалы ақпарат болуы керек. Мысалы: *“The FOIA provides a general right of access by an individual to the information held by the University”* [4].

Жарнама: Талапкерлерді тарту-заманауи жоғарғы оқу орындарының маңызды міндеттерінің бірі. Сайт кез-келген компания үшін, әсіресе негізгі "клиенттері" жастар болып табылатын білім беру ұйымы үшін маңызды жылжыту құралдарының бірі болып табылады, олар үшін Интернет негізгі ақпарат көзі болып табылады. Мысалы: *"The Great adventure of knowledge. Sarbonne University promotes diversity, creativity, innovation and openness to the world"* [5].

Жаңалықтар: Әр университеттің веб-сайтының басты бетінде «жаңалықтар таспасы» бар. Оның көмегімен оқу орны мұнда ғылым, студенттік өмір, тәрбие және әкімшілік жұмыс және т. б. салаларда не болып жатқандығы туралы айтады. Мысалы: *"Stanford today. The latest news from Stanford"* [6].

Құжаттарды және басқа да ресми ақпаратты жариялау функциясы: Веб-сайттарда сыртқы және ішкі пайдалану мен танысу үшін әртүрлі бұйрықтар мен нұсқаулар, жергілікті ережелер мен білім беру қызметіне қатысты құжаттар және басқа да ресми ақпарат бар. Мысалы: *"[XVI International Scientific Conference «GYLYM JANE BILIM – 2021»](#)"* [7].

Білім беру. Университеттің сайты білім беру ұйымының тәрбие жұмысына көбірек қатысады. Егер бұрын білім беру функциясын оқу құралдарының, кітаптардың және т.б. электрондық нұсқаларын сайтқа орналастыруға жатқызуға болатын болса, енді қашықтықтан білім беру технологиялары мен заңнаманы дамытылған. Мысалы: *"Choose from over 90 courses across a range of disciplines"* [8].

Келесі қадам- стилистикалық және жанрлық ерекшеліктерді анықтау. Университет сайттарының гипермәтіндері сөйлеу формаларына сәйкес журналистік, Ресми іскери және ғылыми стильдерді қолдану арқылы біріктірілген. Студенттік қауымдастықтардың гипермәтіндерінде ғылыми стильдің орнына көркемдік қосылады. "Netglisch" - те қысқартулар немесе құрама сөздер сирек кездеседі.

Пайда болған сәтінен бастап Интернет пен компьютерлік технологиялар әлеміндегі ағылшын тілі виртуалды ортаны, соның ішінде корпоративті сайттарды дамытуда ерекше рөл атқарады. Компьютерлік байланыстың ерекшеліктері туралы көптеген зерттеулер Британдық ұлттық лингвистикалық корпус негізінде жүргізілгені кездейсоқ емес. Корпорацияның ресми сайттарындағы тілдік ерекшеліктер мен ақпаратты құрылымдаудың негізгі үрдістерін зерттеу үшін Apple.com, Microsoft Worldwide Home, McDonalds.com, The Coca-Cola Company сияқты танымал компаниялардың ағылшын тіліндегі корпоративтік сайттарын таңдадық.

Сайттағы ақпараттың барлық көлемі әдетте жылдам қарауға ыңғайлы шағын мәтіндерге бөлінеді. Мәтінді ұйымдастыруда ресми типографиялық белгілер маңызды рөл атқарады. Идеяны жақсы суреттейтін кілт сөздер мен тіркестер қалың, түйреуіш өлшемі немесе түсі бойынша ерекшеленеді.

Электрондық корпоративті қарым-қатынас тілін дамытудың негізгі бағыттары-тілді үнемдеуге деген ұмтылыс, мысалы: *"Shop Tablets, Laptops, all-in-ones, gaming PCs, and more"* [9] және ауызша және жазбаша сөйлеу ерекшеліктерін біріктіру: *"Delicious and only a dollar? You bet!"* [10].

Microsoft веб-сайтында біз келесі мысалдарды таптық: *"To visit the Website of any Microsoft Worldwide Office, choose from the drop-down list"* – бұл электрондық коммуникация тілін қазіргі ағылшын тілінің шығармашылық әлеуеті белсенді қолданылатын ең қаныққан неологизмдерінің бірі ретінде қарастыруға мүмкіндік береді. Егер синтаксистің ерекшеліктері туралы айтатын болсақ, корпоративті веб-сайттардың мәтіндерінде көбінесе императивті көңіл-күй қолданылады, бұл келуші клиентті іс-әрекетке итермелейді немесе оның навигациясын жеңілдетеді:

"Try the new Crispy Chicken Sandwiches"

"Buy directly from Apple"

Әлеуметтік желі тілінің ерекшелігі - эмоцияны жеткізудің қиындығы. Ойын-сауық пен оқиғалар эмоционалдылықты қажет етеді. Сондықтан қазіргі әлеуметтік желілерде хабарламаны экспрессивтендірудің нақты құралдары қолданылады, мысалы, емлені өзгерту, дауыссыз және дауысты дыбыстарды көбейту, әдейі қателіктермен жазу, эмподзилерді қолдану және т. б. Желілік қарым-қатынаста жетекші рөлді сөздің немесе тұтас тұжырымның транскрипциясын көрсететін фонетикалық жазу принципі, сондай-ақ желілік мәлімдемені ауызша сөйлеуге жақындататын сөйлеудегі қысқартылған формалардың жазбаша бекітілуі атқарады.

Компьютерлік ойындар нарығы ең қарқынды дамып келе жатқандардың бірі. Біз "League of Legends" бейне ойынының дискурсын фонетика, лексика, жеке тілдік бірліктер мен мәтіндер жанрының грамматикалық ерекшеліктері деңгейінде талдауға тырыстық.

League of Legends -бұл лексикасы бар ерекше виртуалды әлем, оны білместен не туралы екенін түсіну қиын. Ол әртүрлі, өзара әрекеттесудің әртүрлі салаларын қамтиды және ойыншылар ерекше терминдерді белсенді қолданады. Мысалы:

Push-сызық бойымен жүру, гимараттарды қирату, миниондарды алға жылжыту;

Gank-бұл бір ойыншының екіншісіне шабуылы, көбінесе кенеттен;

Dive-жауды өлтіру үшін жау мұнарасының аумағына әдейі ену;

Жоғарыда келтірілген мысалдардан көріп отырғанымыздай, бейне ойынның сипаттамаларының бірі болып жатқан оқиғалардың динамикасы болып табылады, бұл өз кезегінде ойыншылардан чат арқылы толық қарым-қатынас жасау мүмкіндігін алып тастайды, сондықтан морфологиялық емес сөзжасам, атап айтқанда аббревиатураға бейімді екендігін сипатталады.

Оқиғалардың қарқынды дамуы және нақты уақыттағы байланыс ағыны " League of Legends" дискурсының синтаксисіне де әсер етеді. Негізінде, репликаларда қарым-қатынас қатысушыларына бір-бірін түсіну үшін қажет семантикалық минимум бар. Болжамсыз конструкциялар кеңінен қолданылып, көбінесе сөйлемнің екінші мүшелерінің төмендеуі байқалады, есімдіктер дерлік қолданылмайды.

Сонымен, қазіргі лингвистиканың басты мәселелерінің бірі-бұқаралық ақпарат құралдарының тілін зерттеу болып табылады. ХХ ғасырдың басынан бастап бүгінгі күнге дейін интернет тілінің ерекшеліктері мен өзгерістерін зерттеу, талдау және анықтау бойынша көптеген зерттеулер жүргізілді деп болжауға болады. Алайда, әлеуметтік желілердің пайда болуы және интернет-дискурсқа көбірек пайдаланушылардың қатысуы арқасында тіл күн сайын зерттеуді қажет ететін өзгерістерге ұшырайды. Киберкеңістіктегі ағылшын тілі Интернеттің әсерінен күн сайын өте жылдам қарқынмен өзгеріске ұшырауда, сондықтан күн сайын ағылшын тілінің әртүрлі "котегорияларын" кездестіруге болады. Интернет ағылшын тіліне негізінен оның көлемімен, қысқартылған сөздерімен, сөйлемдеріне әсер етті, сөйлемдердің құрылымы мен грамматикасын өзгертті деп айтуға болады, бірақ одан да қызықтысы, Интернет күн сайын коммуникация мүмкіндіктерін байыта түсуде, уақыт өте келе бұл процесс одан әрі жеделдейді деп есептеуге болады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. David Crystal. Language and the Internet. – Cambridge University Press, 2006. - 24 бет.
2. Sherry Turkle. Life on the Screen. – Simon and Schuster, 2011. – 7-274 бет.
3. Щипицина, Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М. : Красанд, 2010 – p.296
4. <https://www.information-compliance.admin.cam.ac.uk/foi>
5. <https://www.sorbonne-universite.fr/en>
6. <https://www.stanford.edu/>
7. <https://www.enu.kz/>

8. www.ox.ac.uk
9. <https://www.microsoft.com/en-us>
10. <https://www.mcdonalds.com/us/en-us.html>

ҚАЗАҚ, АҒЫЛШЫН ЖӘНЕ ОРЫС ЛИНГВОМӘДЕНИЕТТЕРІНДЕГІ ОНЛАЙН СӨЙЛЕУ ЭТИКЕТІНІҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Мұратова Ақбота Абзалқызы

m.akbota-99@mail.ru

Л.Н. Гумилёв атындағы Еуразия ұлттық университетінің студенті

Шетел тілі филологиясы

ғылыми-жетекшісі: ф. ғ.к., проф. Анафинова М. Л.

Нұр – Сұлтан, Қазақстан

Көптеген ғалымдар тіл мен мәдениеттің, тіл мен ойлаудың арақатынасы мәселесіне қызығушылық танытуды жалғастыруда. Өз жұмыстарында ХІХ ғасырдың көрнекті ғалымдары И. Гердер, А. В. Шлегель, В. Гумбольдт, А. Шлейхер, А. А. Потебня және т. б. тілдің даму принциптерін түсінуге тырысады, тіл мен ойлаудың арақатынасын анықтауға, тілдің табиғатын түсінуге және сайып келгенде, тілдің жалпы теориясын жасады. Тіл мен мәдениет, тіл мен ойлау проблемасы тек бір құрылымда қаралмайтын тіл ғылымының дамуына тікелей әсер етеді. Лингвомәдениеттануға, этнолингвистикаға, когнитивті лингвистикаға, антропологиялық лингвистикаға, әлеуметтік лингвистикаға, психоллингвистикаға, прагмалингвистикаға әсер ететін экстралингвистикалық факторларға егжей-тегжейлі талдау қажет.

Бірқатар әлеуметтік-лингвистикалық және лингводидактикалық зерттеулердегі тіл мен мәдениет проблемасы қазіргі заманғы көзқарастардың ғылыми ізденістері мен халықаралық қатынастардың артуына және мәдениетаралық диалогта өзара түсіністік қажеттілігіне байланысты. Білім алушылар тілін ойдағыдай үйренгісі келетін халықтың ұлттық ерекшелігі мен мәдениетіне назар аудару қажет. Жалпы білім беру жүйесінің қазіргі реформалары нақты міндетті шешеді, ол қазіргі заманғы қоғамның талаптарына жауап беретін кәсіпқойды оқыту. Мұндай маман бәсекеге қабілетті, дербес болуы, креативтілік пен бастамашылық көрсетуі, қызметтің әлеуметтік және кәсіби салаларында ұтқыр болуы, диалог жүргізуге, оның ішінде мәдениетаралық диалог жүргізуге қабілетті болуы тиіс. Осылайша, бұл адам жан-жақты дамыған, мәдениетаралық қарым-қатынаста, кәсіби салада белсенді адам болуы керек.

Алдыңғы қатарлы қарым-қатынас дағдыларын игеру бүкіл әлемдегі ХХІ ғасырдағы адамдардың өмірлік маңызды атрибуты болып табылады, өйткені білім қарым-қатынаспен өзара әрекеттесуінсіз өмір сүре алмайды. Қарым-қатынас дағдыларының бірнеше түрі бар. Олар ауызша және жазбаша сөйлеу түрі, ым-ишара, таңбалар мен түстерді қамтиды. Адамдар арасындағы қарым-қатынастың негізгі құралы - мағыналар мен идеяларды тікелей басқаларға білдіру және беру мақсатында бетпе-бет сөйлесу болып табылады. Алайда қазіргі таңда жаңа сандық технологиялар өзгерді, әрине бұл адамдардың қарым-қатынас тәсілі болғандықтан, оларды өзара әрекеттесудің жаңа аренасын құруға мәжбүр етті.

Бизенбах-Лукастың пікірінше, басқа адамдармен тиімді және қауіпсіз қарым-қатынас жасау үшін адамдар өзара әрекеттесу дағдыларына ие болуы керек [1, 59 бет]. Яғни, Интернеттегі тиімді және қауіпсіз қарым-қатынас жасау үшін желіні пайдаланушылар онлайн этикет ережелерін оқып, түсініп, содан кейін қолдануы тиіс.