

Таусоғарова А.Қ.¹, Байсова Л.Ж.²

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің доценті, ф. ф. к.,
Қазақстан, Алматы қ.,

²1 курс магистранты, І. Жансүгіров атындағы Жетісу мемлекеттік университеті,
Қазақстан, Алматы облысы, Талдықорған қ.,
e-mail: ayauzhan1971@gmail.com, baisova1971@mail.ru

ЭТНИКАЛЫҚ ТАҚЫРЫПТАҒЫ ҒАЛАМТОР ЖАРИЯЛАНЫМНЫҢ ТІЛДІК ЫҚПАЛЫН ТАЛДАУ

Ғаламтор әлеуеті мен мүмкіндіктері біртұтас ақпараттық кеңістіктің орнауына, оның ішінде, виртуалды коммуникацияның дамуына кеңінен жол ашты. Түрлі қалалар мен өңірлердегі оқырмандардың ғаламтор желісіндегі публицистикалық жарияланымда көтерілген мәселелер мен автор идеясына байланысты өзара ой бөлісіп, пікірталасқа түсуінде арақашықтық кедергісі жойылды, пікір білдіруші оқырмандар туралы мәліметтер де анонимдік сипатта қалады. Бұдан бөлек, Ғаламтор сайттарында жарияланған мақаланың оқырман танымы мен тілдік санасына ықпалын жарияланым соңында берілетін пікірлерге лексика-семантикалық талдау жасау арқылы зерттеуге де болады.

Мақалада жағымсыз этникалық ақпараттың қоғамдық сананың өзгеруіне тілдік ықпалы талданылады. Интернеттегі этникалық ақпарат ықпалында туындаған жағымды және жағымсыз автостереотиптер мен гетеростереотиптердің сандық көрсеткіштері анықталады.

Түйінсөздер: масс-медиа, этникалық ақпарат, этностереотип, автостереотип, гетеростереотип, коммуникативтік ықпалдастық.

Taussogarova A.K.¹, Baisova L.Zh.²

¹Candidate of Philological Sciences, A/Professor of Al-Farabi Kazakh National University,
Kazakhstan, Almaty,

²graduate student of I. Zhansugurov Zhetysu State University, Kazakhstan, Almaty region, Taldykorgan,
e-mail: ayauzhan1971@gmail.com, baisova1971@mail.ru

Analysis of the language impact of publications with ethnic topics on the internet

The potential and the current state of the Internet offer ample opportunities for the formation of a single information space, as well as the development of virtual communication. It implies development of the Internet and the emergence of the possibility of anonymous participation among residents of different cities and regions, despite the distance, the possibility of discussion on various issues raised by the authors in journalistic texts. In this regard, an interesting and promising in scientific terms is the study of the influence of such texts on the readers' linguistic consciousness through lexical and semantic analysis.

This article analyzes the linguistic impact of negative ethnic information that affects the change in public consciousness by the example of ethno-stereotypes. The analysis revealed quantitative indicators of autostereotypes and heterostereotypes, which form a negative opinion in the analyzed texts.

Key words: mass media, ethnic information, ethnostereotype, autostereotype, heterostereotype, communicative impact.

Таусогарова А.К.¹, Байсова Л.Ж.²

¹к. ф. н. доцент Казахского национального университета им. аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы,

²магистрант 1 курса Жетысуского государственного университета им. И. Жансугурова,
Казахстан, Алматинская область, г.Талдыкорган,
e-mail: ayauzhan1971@gmail.com, baisova1971@mail.ru

Анализ языкового воздействия публикаций с этнической тематикой в интернете

Потенциал и современное состояние интернета открывают широкие возможности для формирования единого информационного пространства, а также развития виртуальной коммуникации. С развитием интернета и появлением возможности анонимного участия у жителей разных городов и регионов появилась, несмотря на расстояния, возможность дискуссии по различным проблемам, поднимаемым авторами в публицистических текстах. В этой связи интересным и перспективным в научном плане представляется исследование влияния такого рода текстов на языковое сознание читателей посредством лексико-семантического анализа.

В настоящей статье осуществлен анализ языкового воздействия негативной этнической информации, влияющей на изменение общественного сознания на примере этностереотипов. Анализ позволил выявить количественные показатели автостереотипов и гетеростереотипов, формирующих отрицательное мнение в анализируемых текстах.

Ключевые слова: масс-медиа, этническая информация, этностереотип, автостереотип, гетеростереотип, коммуникативное воздействие.

Кіріспе

Қазақтілді масс-медиадағы «елдер мен халықтар туралы, сондай-ақ ұлттық немесе этникалық салт-дәстүрлер мен ұлттық этникалық құндылықтар туралы, оның ішінде, этникааралық қарым-қатынастар, этникалық саясат, сондай-ақ қазіргі қоғам өмірінің барлық салалары тұрғысындағы (экономика, спорт, медицина, педагогика т.б.) аталмыш этниканың әлеуеті (жетістіктері, кемшіліктері, ерекше қасиеттері, дағдылары) туралы» (Малькова, 2006: 42) этникалық ақпараттар мазмұнында камтылатын этникалық стереотиптер мен автожәне гетеростереотиптерге лингвистикалық кешенді талдау жүргізу маңызды болып табылады. Өйткені жеке тұлғалар санасында, тіпті қоғамдық санада этностереотиптердің қалыптасып, пайда болуында немесе бұрыннан қалыптасқан жағымды этностереотиптің жағымсыз сипаттарға иеленіп, өзгеруінде күнделікті тұрмыстағы таптаурын жағдаяттар ғана емес, масс-медияның, оның ішінде, теріс немесе оң мазмұндағы этникалық ақпараттар ағынының да рөлі ерекше екенін көреміз.

БАҚ арқылы таратылатын этникалық ақпараттар қайсы бір оқиға көрінісі түрінде, я дыбыс, дауыс ырғағы немесе сурет, жазбаша формаларда адам санасына келіп түсе отырып, санадағы бұрыннан бар сол тұрғыдағы образдармен шағылысуы, сондай-ақ пайымдау, эмоциялық үдерістер сияқты психикалық

элементтердің өзара ықпалдастығы барысында түрлі әлеуметтік-этникалық стереотиптердің түзілуіне түрткі болады.

Ал, этникалық стереотиптер, өз кезегінде, ғалымдардың көрсетуінше, «қоғамдық санада және тұлға сана-сезімінде ерекше орын ала отырып, біріншіден, этникалық сәйкестіліктің сақталуына, екіншіден, этниканы топтастыруға, үшіншіден, этниканың ортаға бейімделуіне қызмет етеді. Бүгінгі күні этностереотиптер идеологиялық салаға енгізіліп, идеологиялық күрестегі басты құралға айналып отыр. Этникалық стереотиптер этникааралық қарым-қатынас мәдениетінде бағдарлаушылық (бағдарламалық) сипатқа ие, өйткені кез келген этнос өкілінің тұлғааралық, сондай-ақ этникааралық қарым-қатынастарда көрініс беруі мүмкін әдет-дағдылары мен мінез-құлқы туралы алдын-ала хабардар ету мүмкіндігі зор» (Гладких, 2001: 7).

Сондай-ақ, БАҚ жарияланымдарының этникааралық мәселелердегі орны туралы мына пікір назар аудартады: «Нақ осы БАҚ арқылы бұқаралық этникалық және нәсілдік тұрғысында тысқары түсініктер мен нұсқаулар таратылып, нәтижесінде ксенофобия күшейіп, этникааралық шиеленіс орын алады. Этникалық мифология, тарих, рухани, материалдық мәдениет, басқа да этникалық құндылықтар әдейі текстуалданып, айырықша түрде талқыланылып, тұрғындар үшін аса қызық, көкейкесті ақпаратқа айналып, бұқара санасына сінеді. БАҚ көмегімен идеологтар тарапынан жасалған эмоционалды-

нормативтік бояуы бар этникалық образдар, идеялар, идеалдар, мифтер, құндылықтар қоғамға таратылады да, адамдар арасында этникалық намыс, абырой, өкпе-реніш, үрей сияқты сезімдерді тудырады. Қазіргі БАҚ ақпарат көзі ғана емес, сондай-ақ түрлі идеология, саясат, бизнес, мәдениет өкілдерінің аса маңызды «тар-тыс» алаңы болып табылады. Сөйтіп, бұқара санасында БАҚ көмегімен этникалықпен байланысты мәселе өзектендіріліп қана қоймай, осы сала тұрғысында идеологтар тарапынан белгіленген түсінік қалыптасады. Ақпаратты қалың бұқараға жеткізуде, бұқара санасына ықпал етудегі БАҚ-тың басты қаруы – тіл, сөз» (Малькова, 2006: 57).

Тыңдармандар мен оқырмандар, жалпы масс-медиа өнімдерін тұтынушылар сана-сезіміне оның аса ықпалдылығы бүгінгі күні зерттеушілер ғана емес, сонымен қатар қалың бұқара тарапынан да мойындалып отыр: «Насихат» (пропаганда) ішкі-сыртқы саяси үгіт, «кері насихат» (контрпропаганда), «манипуляция» немесе ақпараттық адастырушылық, «ақ», «қара», «сұрғылт» насихаттар және «экспансия» немесе ақпараттық өктемдік деген терминдер пайда болды. Осылайша, адам санасы мен рухани жан дүниесін «инженерлендіру» арқылы үгіт-насихаттың өзі ғылым ретінде алға шығып, қаптаған эксперименттер, зерттеулер жасалды. Қысқасы, айналып келгенде, қырғи-қабақ соғыстың да ең басты құралы – ақпарат болды. Кино көрсетілімдер, бейне-аудио таспалар, клиптер, жарнама роликтері мен көше плакаттары, сауда маркалары және тауар этикеткалары БАҚ арқылы насихатталып халыққа жететіндіктен бәріне масс-медиа жауапты болып шығатыны тағы белгілі (Ақпараттық соғыс: сүзгі бар ма? // Қазақия газеті, 21.04.2015).

Эксперимент

Масс медианың тұтынушы – қалың бұқара санасына идеологиялық, мәдени-рухани құндылықтар жүйесі тұрғысынан ықпал ету, көзқарас, пікір қалыптастыру мақсатына орай тілдік құралдар көмегімен әрекет етуі оның ақпараттандырудан гөрі, қарым-қатынастық, өзара ықпалдастық сипатын басым етеді. Және масс медиа өнімдері мен оның тұтынушылары арасында түрлі стратегиялар мен вербалды / бейвербалды тактикалар арқылы жүзеге асырылатын кешенді коммуникативтік ықпалдастық сипаты оны дискурс ретінде қарастыруға түрткі болады деп ойлаймыз. Т. ван Дейк дискурсты «кешенді коммуникативтік оқиға (со-

бытие)» ретінде анықтайды. Ғалым дискурсты коммуникативтік оқиға деп «белгілі бір мезгілдік және кеңістіктік контексте сөйлеуші, тыңдаушы немесе бақылаушы арасында өтетін коммуникативтік әрекет, ықпалдастық (действие)» тұрғысынан анықтайды және де ғалым оның ауызша / жазбаша, вебалды / бейвербалды формаларын атап, жүзеге асу көріністеріне дәрігер мен пациент арасындағы әңгімені, газет оқу үдерісін де жатқызады (ВанДейк. <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>).

Ал қазіргі Интернет сайттарындағы жарияланымдар және сол жарияланымдарға байланысты оқырмандардың комментарийлері масс-медиа өнімдерінің аудиторияға тілдік ықпалын бақылауға мүмкіндік береді. Бұл орайда, мәселен, этникалық тақырыптардағы жарияланымдар Интернет оқырмандары санасында бұрыннан қалыптасқан басқа ақпараттармен ықпалдастықта табыла отырып, сол этникалық қауым тұрғысында түрлі жаңа этностереотиптердің көрініс беруінің негізгі факторы болып табылады.

Мысалы, Қайрат Матрековтің «Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?» мақаласына орай берілген пікірлерден (комментарийлерден) қазақ халқы туралы жағымды және жағымсыз этностереотиптер ағынын көреміз (Матреков К. Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?: <http://365info.kz/tag/kazaxskaya-svadba/>).

Нәтиже мен талқы

Бұл тұрғыдағы автостереотиптердің біразы қазақтың мінез-құлық, болмыс-бітіміндегі қасиеттері мен өмір салты т.б. туралы тілдік санада бұрыннан бар этникалық ақпаратты тірек ету негізінде пайда болған деуге болады. Мысалы, қазақ халқы туралы бұрыннан қалыптасқан төмендегі жағымды автостереотип түсініктері Қайрат Матрековтің «Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?» мақаласында мына түрде көрініс береді: «казахи – народ, который знает цену слову что веское аргументированное слово может остановить войну, что мы ценим и уважаем своих дочерей. Возможно, наши предки, распевая «Гүл өссе, жердің көркі, қыз өссе, елдің көркі» («Цветы – украшение земли, девушки – страны»), уважали своих дочерей, дорожили ими». Алайда оқырман назарын аударту үшін мақала басында майлы бояулы қаріптермен ерекше бөліп көрсетілген мына сөйлем – «на прошлой неделе видео приват-тан-

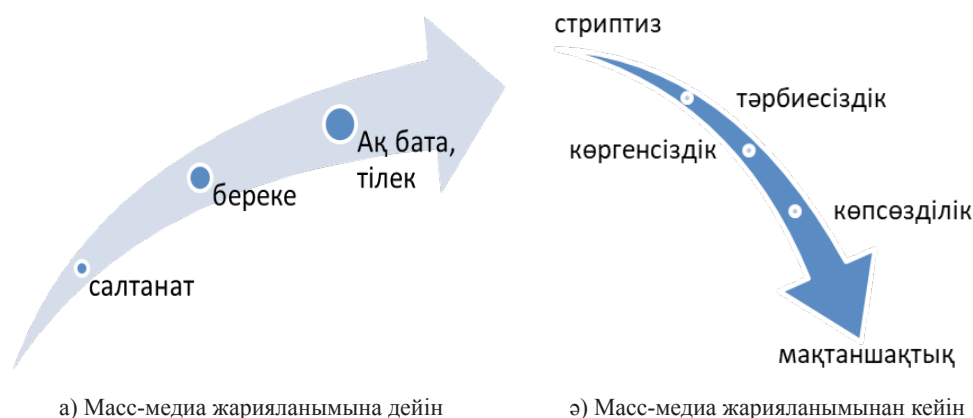
ца обнаженной девушки на казахской свадьбе взбудоражило интернет-пространство Казахстана» мен тұтас мақала мазмұны ұлттық санаға сіңген жоғарыда көрсетілгендей жағымды автостереотиптің белгілі бір дәрежеде өзгеруіне ықпалы болғанын осы мақалаға берілген комментарийлерден анық байқауға болады.

Аталмыш мақаладағы этникалық ақпарат тілдік тұлға жадында Абай қарасөздеріне сәйкес қазақ туралы бұрын қалыптасқан автостереотиптермен сәйкестендіріледі: Абай говорил: «Қазақтың басқа жұрттан тілі ұзын / У казахов по сравнению с другими народами язык длинный». Және мұны өз тарапынан «пустословие, так называемое, кыртымбайство» деген түрде сараптай келіп, «Автор поднял целый «абаевский» пласт казахских ментальных проблем. ... На этой свадьбе яркий образчик нашего ментального хвастовства» деген автостереотип алға тартылып, яғни мақтаншақтық қазақ менталитетіне тән қасиет ретінде танылады (Матреков К. Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?: <http://365info.kz/tag/kazaxskaya-svadba/>).

Аталмыш мақалада «казахская свадьба», яғни қазақ тойы этностереотипі негізгі тірек ұғым ретінде танылады. Және осы мақала оқырмандарының комментарийлеріне қарағанда

тілдік тұлғалар санасында «Қазақтың тойы», жалпы «Қазақстандағы тойлар»: «орыстың тойы», «ұйғырдың тойы» және «Ресейдегі тойлар» сияқты тіркестердің жағымды этностереотиптер түрінде қалыптасқаны көреміз: «стриптиз на казахской свадьбе – это чересчур»; «Стриптиз на казахской свадьбе как-то не вписывается в этот стереотип. Наверное он устарел», «Для казахской свадьбы стол скудноватый однозначно, тем более агашкиной роскоши не видно и на стенах самого заведения», «Был на нескольких десятках казахских тоях, русских (Казахстана), уйгуров и поверьте, разврат и казахстанцы это две параллельные прямые. В то же время находясь на свадьбах в России, ужасаюсь с каждым годом, где она могучая, наследница великого государства, которая должна быть примером?».

Енді Интернет сайтында беріліп отырған жеке бір тойдағы стриптиз туралы жағымсыз этникалық мәліметтің тұтас қазақ этнонимімен байланыстырыла баяндалуы бұрыннан жағымды көріністерімен санада құрылымданатын «қазақ тойы» этностереотипінің жағымсыз жаққа өзгеруіне ықпал ету мүмкіндігінің бар екенін мына коммент көрсетіп тұр: «Стриптиз на казахской свадьбе как-то не вписывается в этот стереотип. Наверное он устарел».



1-сурет – «Қазақтың тойы» туралы этностереотипінің трансформациясы

Жағымсыз этностереотиптердің, оның ішінде, жағымсыз авто- және гетеростереотиптердің жекелеген ұлт өкілдері тарапынан көрініс берген, яғни жекелеген жағдайлар барысындағы жағымсыз құбылыстардың тұтас ұлтқа тән қасиет ретінде телініп, масс-медиада насихатталуы нәтижесінде қалыптасатынын жекелеген зерттеушілер ғана емес, көпшілік оқырмандар

да түсініп келеді. Мысалы, этностереотиптердің осы тұрғыда субъективті қалыптасуы туралы тұжырым этникалық ақпаратқа құрылған мақалаға берілген комментарийде анық көрсетіледі: «Как алкоголизм у русских? Я Вам покажу 100 русских которые не пьют водку, тем не менее ярлык навешан из-за таких как вы, кто любит обобщать ибо сам пример «для подража-

ния». Данный казус скорее исключение, которое будет непременно наказано самим обществом, боюсь у нас этого не исправит ближайшие лет 50...» (Матреков К. Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?: <http://365info.kz/tag/kazhskaya-svadba/>).

Халықтың тілдік санасындағы «қазақтың тойы» этностереотипіне сәйкес қазақ тойында стриптиздің көрсетілуі – жат құбылыс. Енді аталмыш этникалық ақпаратпен таныса келе, оқырман жат құбылыстың қайдан келгеніне ой жүгірте отырып, қазақтың басқа мәдениеттермен араласу барысында, оны танып-түсіну жағдайында өздерін қалай ұстайтыны туралы автостереотиптің қалыптасқанын көреміз: «Біз өте еліктегіш халықпыз», яғни *қазақ – еліктегіш*.

1 Қазақ тілінің онлайн түсіндірме сөздіктер кешенінде «Еліктегіш» сөзінің *әуесқой, елікші, көрсе қызар* сөздерімен синонимдік қатар құрайтыны көрсетілген («Лұғат» – қазақ тілінің онлайн түсіндірме сөздігі. <http://lugat.kz/>).

Еліктегіш сөзінің мағынасы субъектінің нәрсе я құбылыстың байыбына бармай жатып, асығыстықпен сол жаңа нәрсе я құбылысты жақын тартуы, қабылдауы тұрғысынан анықталады. Осы жағынан алғанда, ақылдылыққа, кемелдікке қарсы қойылатын *еліктегіш* сөзі жағымсыз этностереотип ретінде қарастырыла алады.

Сондай-ақ, қазақтардың тілдік санасындағы «мұсылман халқы, қазақ – мұсылман баласы» этностереотипі бойынша ұят, имансыз, қоғамға жат қылықтардан аулақ болу туралы түсінігі қалыптасқан. Ал аталмыш этникалық ақпарат осы қалыптасқан этностереотипке қайшылықты құбылысты өз мазмұнында қамтып, оқырманның «мұсылман халқы, қазақ – мұсылман баласы» этностереотипінің өзгеруіне алып келетінін пікірде берілген мына риторикалық сұраулы сөйлемнен көреміз: «Осындайды көргенде шынында да ойлайсың – осы қазақ шынында да мұсылман ба?».

Аталмыш мақала және онда сөз болған қазақ тойындағы жағымсыз көрініске байланысты пікірлерде қолданылған «қазақ ерлері» тіркесі белгілі бір деңгейде гендерлік ұлттық стереотип түрінде жағымсыз түсініктерді қамтиды: *казахские мужчины дошли; именно разговоры о вожделенном многоженстве и поведение казахских мужчин; под этот припев развращает девчонок*.

Өз мазмұнында этникалық ақпараттарды қамтыған бұл жарияланым жекелеген ұлт туралы ғана емес, жалпы қоғам туралы да

таным-түсініктердің санада құрылымданып, нәтижесінде қазіргі қоғам бейнесі моделінің түзілуіне түрткі болатынын көреміз: «Моральное разложение, духовная нищета являются «духовными скрепами» традиционного общества в 21 веке», «Наше общество погрязло в разврате», «Крайности свидетельствуют о том, что Платок на голову второкласснице или голые танцы на тое – показатель маразмов духовно нищающего и теряющего планку образованности общества».

Тойдағы стриптиз туралы этникалық бояуға ие ақпаратқа сәйкес стриптиздің ұлт я халық болмысына байланысты емес, капиталистік қоғам қоятын талаптар үрдісінде пайда болатыны туралы тілдік тұлға санасындағы мына түсінік «в капиталистическом обществе нет морали, потому что методы зарабатывания денег в таком обществе не вяжутся с моралью ни одной религии, будь то магометанство или христианство» белгілі бір дәрежеде капиталистік жүйенің ерекшелігі, қасиеті туралы стереотиптің түзілуіне негіз болады.

Қайрат Матрековтің «Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?» мақаласындағы этникалық ақпаратқа байланысты пікірлердің өзара ықпалдастығында туындаған жағымды автостереотиптерді де кездестіреміз: «Казахи очень дружелюбный, доброжелательный, отзывчивый народ». Бұл этностереотип, өз кезегінде, мына түрде уәжделеді: «В трудные минуты (война, революция, преследование и т. д.) все бегут к казахам всех их приютит казах и многих из Вас тоже».

Қазақ тойы туралы жағымсыз мәліметті қамтыған этникалық ақпараттың негізінде оқырмандар арасына көрініс берген жағымды автостереотиптер олардың пікірлерінде мынандай түсініктерді қамтиды: «казахи вели себя достойно», «мы и не было-публика, для которой алкоголь без меры, непристойности и неуважение к старшим – норма. У нас есть Достоинство».

Жағымсыз мәлімет қамтылған этникалық ақпараттардың, өз кезегінде, сәйкес ұлт өкілдерінің өзіндік этникалық сәйкестендірулеріне, сондай-ақ ұлттық намыстың бой көтеруіне түрткі болатыны мына пікірден аңғарылады: «не говорите плохо о моём народе».

Сондай-ақ, қазіргі жаһандану үдерісіне сәйкес орын алып отырған мәдениетаралық қарым-қатынастардың өркендеуі, мәдениеттердің тоғысу және ажыратылу (интеграция және дифференциация) үрдісі қайсыбір этникалардың өзін қай мәдениетпен сәйкестендіруінде қиындықтар туындатып жатқаны белгілі. Талданы-

лып отырған этникалық ақпаратқа берілген пікірлерде де осы жағдай мына түрде көрініс берген: «Можем ли мы, казахи, дать утвердительный ответ, что живем разумом, рационально, осмысливаем адекватно действительность?» немесе «казахи не видят для себя четких ориентиров в культурном и ментальном позиционировании. Или потеряли их».

Аталмыш мақалаға берілген пікірлерде қазақ халқы туралы жағымсыз автостереотиптер мына түсініктерге негізделеді: «Ну это как всегда с нашими казахами, всем на все плевать, лишь бы день прошел, как говорится», «Казахи, странный народ. Нам нужно везде перебарщивать, переходить рамки дозволенного», «что сейчас происходит с казахами это просто ужас. Деградация нации налицо и стар и млад ведут себя отвратительно», «казахи и казашки мы лучше, у нас есть ум, красота, гостеприимство мораль, этика так давайте ну будем посмешищем, и будем с гордо поднятой головой воспитывать в себе и в будущем поколении настоящих казахов!!!».

Аталмыш мақаладағы жағымсыз этникалық мәліметтің ықпалында туындаған бұл сияқты автостереотиптер қайсыбір деңгейде ұлт өкілдері сана-сезімінде өз этносы туралы терең кемістік комплексінің пайда болуына, өз этносына деген сенімнің жоғалуына, өз ұлтына көңілі толмаушылардың санының өсуі тұрғысынан ықпал ететінін осы жоғарыда келтірілген пікірлерден байқауға болады.

Жағымсыз этникалық ақпараттың басқа ұлттар туралы бұрын қалыптасқан гетеростереотиптерге нұсқау жасауына түрткі болатын жағдайлары пікірлерде мына түрде көрініс берген: «Но мы и не быдло-публика, для которой алкоголь без меры, непристойности и неуважение к старшим – норма. У нас есть Достоинство и Отличие от других» (Матреков К. Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?: <http://365info.kz/tag/kazaxskaya-svadba/>).

Яғни, этникалық ақпараттар өз ұлтының салт-дәстүрлерін, ұстанымдарын жөн көріп, басқа ұлт ерекшеліктері мен салт-дәстүрлерін ескермеуді немесе оны бұрмалайтын этноцентризм құбылысының орын алуына да түрткі болады.

Автостереотиптердің қалыптасуына қарастырылып отырған комменттердің ішіндегі қазіргі және бұрынғы қазақтар өмір-салты мен өмірлік мансұқтары туралы салыстырмалы түсініктердің де негіз болатынын болжауға болады. Мысалы, «Раньше казах хвастал: ешкімнің ала жібін аттаған емеспін; теперь принято хва-

стать тем, что набрал бригаду лохов, которые отработали на совесть объект, заплатил им гроши, зато в ОАЭ, на Мальдивы съездил, отдохнул от трудов «праведных». И чем круче наколол, тем круче отдохнул... А то, что у «лохов» дети остались голодные и едва ли пойдут в школу – глубоко наплевать. Не будь лохом...».

Бұл қайсыбір этника я ұлт туралы қоғамдағы экономикалық, идеологиялық және рухани мұраттар сипаттарына қарай ұлттық мінезқұлық, еңбек машығы, адамгершілік қасиеттері, кісілік келбет туралы бұрын қалыптасқан және орнықты деп есептелетін түсініктердің тұрғысынан қарастырылатын автостереотиптерге өзгермелі белгінің тән екенін көрсетеді.

Комменттерде орын алған «мы, казахи» немесе «с нашими казахами», «нам», «у нас», «мой народ» сияқты тілдік бірліктер жоғарыда көрсетілген ұлттық стереотиптерді автостереотиптер ретінде қарастыруға түрткі болды.

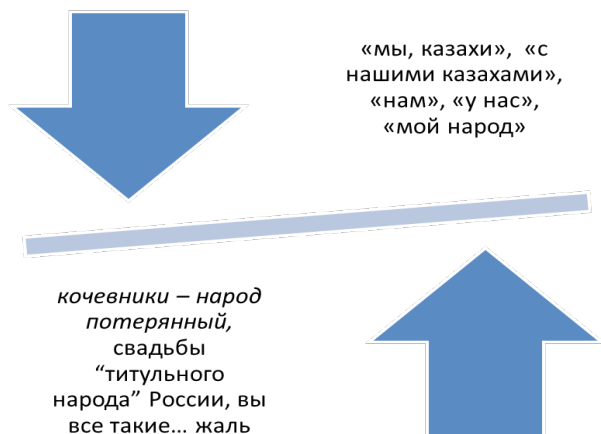
Талдауға алынып отырылған мақалада «қазақ тойы» стереотипі тұрғысында қазақ халқы туралы жағымды гетеростереотиптер: «казахи мудрый народ, они сами разберутся», «я казах, не мусульманин, но согласен с Абаем, что девочек надо воспитывать по «Корану»... возможно такого стыда бы и не было...».

Пікірлердегі қазақ халқы туралы бейтарап гетеростереотиптер: «казахи в целом-народ не из скандальных.. легче просто плюнуть и отвернуться; либо промолчать, чем ругаться».

Пікірлердің ішінде қазақ халқы туралы жағымсыз гетеростереотиптер: *кочевники – народ потерянный*.

Жалпы мақаладағы жағымсыз этникалық мәліметтің ықпалында оқырман санасында қалыптасқан этностереотиптер, сондай-ақ автожәне гетеростереотиптер қарама-қарсылық формасындағы топаралық бөлектенуге түрткі болатынын мына пікірлер көрсетіп отыр: «Кузя Прутиков, уж чья бы корова мычала бы! Знаю не понаслышке, и не я один, наверное, как проходят свадьбы «титульного народа» России, аж с совковых времён» – «почему слова вас одного должны быть для меня убедительнее видео, на котором лицезреют стриптиз как минимум 300 человек? они, что, пережиток прошлого? или, как вы, избранный? что-то многовато в одном народе избранных – наверное, вы все такие... жаль, это никак не отражается на развитии Казахстана – но, это ведь благодаря вам развивается Америка... правда?» – «Кузя Прутков, уж про Америку помалкивали бы! Видим, до чего «развились» КНДР (Ю.Корея – просто «синеет от

зависти»), Кампучия, Куба, Зимбабве, Эфиопия, Афганистан, Чечня, Киргизия, Таджикистан, а теперь и Украина, благодаря вашему «русскому миру»» т.б.

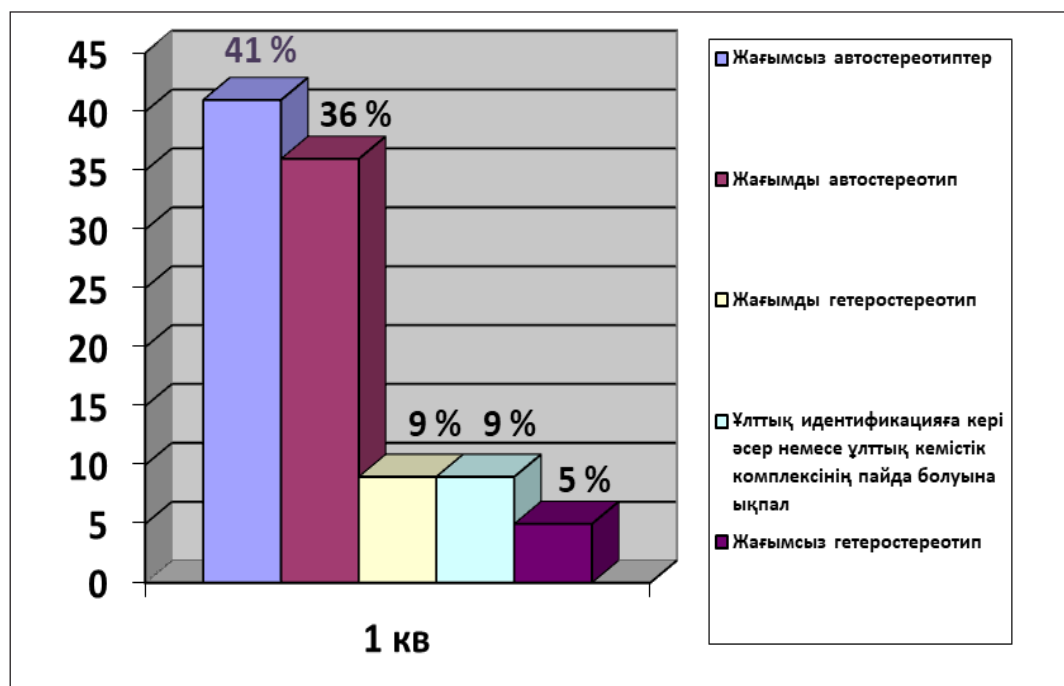


2-сурет – Этникааралық бөлектену немесе өзiм/өзге өлшеміне сәйкес жіктелу үдерісінің комменттердегі тілдік деректері

Қайрат Матрековтің «Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса?» мақаласындағы этникалық ақпаратта баяндалатын қоғамдық-моралдық тұрғыдан айыпталатын оқиғаны нақты бір ұлтқа тән мәселе ретінде емес,

жалпыадамзаттық мәселе ретінде қарастыруды, оның алдын алуды ұсынатын пікірлер де кездеседі: «Я не обобщаю и не считаю, что все одинаково разложившиеся, но с нашего попустительства и молчания происходит такое моральное разложение и гниение нашего общества...», «не люблю национальные трения, но хочу сказать одно, то что для русских норма, для казахов – шок, но в итоге все катятся по одной наклонной, кто-то раньше, кто-то позже. Нации вырождаются».

Яғни, 365 info Интернет сайтында жарияланған осы мақалада көтерілген этникалық мәселелерге орай оқырмандар арасында орын алған дискуссия оның оқырмандардың санасына зор ықпалдылығын көрсетті. Оқырмандар пікірлерінің (комментарийлер) мазмұны, пікірлердегі тілдік бірліктердің семантикасы мен саны аталған мақаланың жағымды және жағымсыз автостереотиптер мен гетеростереотиптердің, сонымен қатар ұлттық идентификацияға кері әсер ету немесе ұлттық кемістік комплексінің пайда болуына ықпалының пайыздық үлесін анықтауға мүмкіндік берді (жағымсыз автостереотиптер – 41%; жағымды автостереотиптер – 36%; жағымды гетеростереотип – 9%; жағымсыз гетеростереотип – 5%; ұлттық идентификацияға кері әсер ету немесе ұлттық кемістік комплексінің пайда болуына ықпалы – 9%).



1-диаграмма – жағымсыз этникалық ақпараттың оқырмандар санасына оң және теріс ықпалдарын комментарийлер негізінде талдаудың сандық көрсеткіші

365 info Интернет сайтында жарияланған аталмыш мақаладағы қоғамдық имандылыққа жат құбылыстың сыналуы, оған қоғам назарын аударып, оның алдын алу өте дұрыс болғанымен, мұндай жекелеген жағдайдың тұтас ұлтқа телініп, тұтас қазақ ұлтының аты аталуы ұлттық имиджге нұқсан келтіру мүмкіндігі тұрғысынан жөнсіз болып табылады. Жекелеген тұлғалар тарапынан орын алған жағымсыз жағдайларды сол тұлға қатысты ұлтқа теліп қарастырудың дұрыс еместігі туралы әлемдік тәжірибеде, ғылыми зерттеулерде дәлелденген. Тіпті этнонимнің жағымсыз жағдайлар туралы ақпарат беру үдерісінде ғана емес, сондай-ақ масс медиада өмірдегі қалыпты құбылыстардың баяндалуы кезінде де этнонимнің аталуы орынды деп бағаланбайды. Мысалы, «Применение русские вместо бизнесмены из России не является стилистический нейтральным языковым средством и его частые применение способствует закреплению отрицательных ассоциаций» (Хоффман, 2017: 12).

Қорытынды

Қорыта келгенде, 365 info Интернет сайтында аталмыш этнонимді тақырыпатпен жарияланған мақалаға берілген комментарийлердің мазмұны мен олардың семантикалық талдауы

нәтижесінде анықталған сандық көрсеткіштер мұндай этникалық ақпараттардың оң және теріс ықпалдарын көрсетті. Оң ықпалдары: «қазақ тойы» этностереотипі туралы жағымды ассоциациялар; қазақ халқы туралы оның өз өкілдері тарапынан орын алған жағымды автостереотиптер; өзге ұлт өкілдерінің қазақ тойы және қазақ ұлты туралы жағымды гетеростереотиптері. Алайда қазақ ұлты туралы жағымды ассоциациялар мен жағымды этностереотиптердің пайыздық өлшемінің төмендегенін жоғарыдағы диаграммадан көреміз. Теріс ықпалдары: Ресейде өтетін тойлар туралы жағымсыз стереотиптер; қазақ халқы туралы оның өз өкілдері тарапынан орын алған жағымсыз автостереотиптер; «қазақ тойы» туралы жағымды этностереотиптің және жағымды ассоциациялардың жағымсыз сипатқа қарай өзгеріс алуы; өзге ұлт өкілдері тарапынан орын алған қазақ ұлты туралы жағымсыз гетеростереотиптер; түрлі этностар өкілдерінің этникалар туралы өзара жағымсыз мазмұндағы пікірталастары; этникааралық бөлінушілік. Ең қынжылтатыны, қайсыбір деңгейде ұлт өкілдері сана-сезімінде өз этносы туралы терең кемістік комплексінің пайда болуына, өз этносына деген сенімнің жоғалуына, түрлі этникалық өкілдер арасында қарама-қарсылық формасындағы топаралық бөлектенуге түрткі болатынын көрсетеді.

Әдебиеттер

- Малькова В. Освещение этничности в СМИ в свете конфликтологии // В кн.: Прикладная конфликтология для журналистов. – М.: Права человека, 2006. – 158 с. – С. 42-67.
- Гладких С. В. Этнические стереотипы как феномен духовной культуры: Дисс. на соискание ученой степени кандидата философских наук. – Ставрополь, 2001, – 154 с.
- Ван Дейк Т. А. (1998). К определению дискурса. [WWW-документ] URL <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
- Матреков К. Стриптиз на свадьбе: почему молчит казахская пресса? <http://365info.kz/tag/kazaxskaya-svadba/>
- «Лұғат» – қазақ тілінің онлайн түсіндірме сөздігі. <http://lugat.kz/>
- Хоффман Е. Образ российского бизнеса в немецкоговорящих странах // Материалы международной научно-теоретической конференции: Актуальные проблемы филологии в XXI веке. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. –с. 12-17.

References

- Gladkikh S. V. (2001). Etnicheskiye stereotypy kak fenomen dukhovnoy kul'tury [Ethnic stereotypes as a phenomenon of spiritual culture]: Diss. na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata filosofskikh nauk. Stavropol', 154 p. (in Russian)
- Hoffmann E. (2017). Obraz rossiyskogo biznesa v nemetskogovoryashchikh stranakh [The image of Russian business in German-speaking countries]. Materialy mezhdunarodnoy nauchno-teoreticheskoy konferentsii: Akutal'nyye problemy filologii v KH-KHÍ veke. Almaty: Kazak, universiteti, p. 12-17. (in Russian)
- «Lugab» – qazaq tiliniñ onlayn túsindime sózdigi [«Lugab» is an online explanatory dictionary of the Kazakh language]. <http://lugat.kz/>
- Mal'kova V. (2006). Osveshcheniye etnichnosti v SMI v svete konfliktologii [Media coverage of ethnicity in the light of conflict resolution]. V kn.: Prikladnaya konfliktologiya dlya zhurnalistov. M.: Prava cheloveka, 158 p. S. 42-67. (in Russian)
- Matrekov K. Striptiz na svad'be: pochemu molchit kazakhskaya pressa? [Striptease at the wedding: why is the Kazakh press silent?] <http://365info.kz/tag/kazaxskaya-svadba/> (in Russian).
- Van Deyk T. A. (1998). K opredeleniyu diskursa [To the definition of discourse]. [WWW-dokument] URL <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm> (in Russian).