

ӘОЖ 81:001.12/.18

Г.М. Бектемисова

Қазақ мемлекеттік қыздар педагогикалық университетінің

2-курс магистранты, Қазақстан, Алматы қ.

E-mail: misha_87_a@mail.ru**Үнемдеу құбылысының Магент тіліндегі көрінісі**

Үнемдеу құбылысы – тілдің дамуында шешуші қызмет атқаратын лингвистикалық заңдардың бірі. Үнемдеу жалпы тіл білімінде, түркітануда, қазақ тіл білімінде сөз болғанда құбылыс, үрдіс, үдеріс, заңдылық аясында ғана қарастырылып келді. Бірақ соңғы кездегі зерттеулердің нәтижесі үнемдеуді заң деп танып, үнемдеудің ықпалынан болатын тілдегі барлық заңдылықтар мен құбылыстарды соның аясында қарастырудың қажеттілігін көрсетіп отыр. Осы күнге дейінгі зерттеу еңбектерінде үнемдеу заңының тек тіл білімінің салаларына байланысты, яғни фонетика саласында дыбыстардың түсіп қалуы, синтаксисте сөйлемдердің ықшамдалуы қарастырылған болса, бүгінгі мақалада ғылыммен бірге қатарласа дамып келе жатқан жаңа ақпараттық технологиялардың ықпалы, жастар арасында қолданыс аясының қаншалықты кең екендігі қарастырылады. Сонымен қатар мақалада осы үнем заңының жаңа технологиялар интернет желісі Магентте жастардың қолдану көрінісі талданады. Өзара хат алмасу барысында сөздердің, сөйлемдердің тек белгілі бір дыбыстар арқылы берілуі, көңіл-күйді білдіруде смайликтерді қолдану және осы әрекеттердің орын алуына итермелейтін, яғни үнемдеу заңын қолдану аясының ұлғаюына ықпал еткен факторлар анықталады.

Түйін сөздер: үнем заңы, интернет желісі, ықшамдалу, Mail.ru, Магент, смайликтер, психологиялық жай-күй.

G.M. Bektemisova

The image of saving phenomenon in the Magent language

The saving phenomenon is one of the linguistic laws, which serves as a decisive one in the development of a language. Saving was considered only in the frame of phenomenon, tendency, process, and regularity when it was discussed in General Linguistics, Turkology and Kazakh Linguistics. But saving was recognized as a law by the results of last research and showed the necessity of considering all the regularities and phenomena in the language which caused by the influence of saving in its frame. If saving law was considered only connected with the branches of linguistics i.e. in phonetics omitting sounds, in syntax contracting sentences in research works till nowadays, in today's article the influence of new information technology which is developing together with science and how it is wide spread among young people are considered. Moreover, in the article the usage of this saving law by the young people in Magent in the Internet is analyzed. The factors which influenced on the increase of using this saving law during correspondence i.e. designating words, sentences only with certain sounds, using smileys while intending to show one's mood are defined.

Keywords: saving law, Internet, contraction, Mail.ru, Magent, smileys, psychological condition.

Г.М. Бектемисова

Экономия – явление в языке Магент

Это один из лингвистических законов, который имеет решающую функцию в развитии языка. Экономия в общей лингвистике в тюркологии, в казахском языкознании рассматривалась только как явление, процесс, тенденция, закономерность. Однако результат последних исследований воспринимает экономию как закон, а все закономерности и явления, которые возникают в результате воздействия экономии, показывает необходимость рассмотрения их на этом фоне.

Если до этого времени в исследованиях закон экономии рассматривался в связи с направлениями лингвистики, например в фонетике – элизия звуков, в синтаксисе – предложении, то в данной статье рассматриваются влияние информационных технологий, насколько шире его использование в языке молодежи.

А также в статье рассматривается использование закона экономии молодежью в сети интернет М-агент.

В процессе переписки слова и предложения передаются определенными звуками, эмоциональное состояние собеседников обозначаются смайликами, то есть, мы рассматриваем факторы, которые приводят к широкому использованию закона экономии.

Ключевые слова: закон экономии, сеть интернет, сокращение, М-агент, смайлики, психологическое явление.

Қоғамның дамуы адам өміріндегі әртүрлі өзгерістердің орын алуына әкеліп соқтырады. Заман ағымына байланысты дүниеге келіп жатқан әртүрлі жаңа технологиялық құралдар-

дың да адам өмірінен алар орны маңызды. Осы құбылыстар тіл білімі саласына да өз әсерін тигізбей кетпейтіні анық. Қазақ тіл білімінде бүгінгі таңда жан-жақты қарастырылып жат-

қан, бүгінгі күнгі зерттеу объектісіне айналған үнем заңына да осы жаңа технологиялардың қарқынды дамуы өз үлесін қосуда.

Жаңа ақпараттық құралдар ұялы телефон, интернет желілері арқылы хат алмасу барысында көптеген сөздер үнемдеу құбылысына ұшырап, сөздің белгілі бір көрінісі ғана бейнеленіп жатады.

Осы құбылыстардың орын алуында басты себепкерлердің бірі - Mail.ru интернет желісі және соның ықпалымен пайда болған ұялы телефонға арнайы жасалған Магент (мобильді агент) жүйесі.

Ең алғаш рет 1998 жылы американдық Data Art компаниясының программистері веб-сервер ретінде электронды почтамен хат алмасу орталығын қалыптастырады. Бұл орталық үлкен қолданысқа ие болады. Ал 2001 жылдың 20 ақпанында Ресейлік интернет желілері Port.ru және netbridge орталықтарының арасында үлкен сәйкестік байқала бастайды. Осы сәйкестіктерді жою мақсатында компания акционерлерінің шешімімен екі желіні біріктіру арқылы сол жылы 15 қазанда әлемге әйгілі - Mail.ru интернет желісі дүниеге келеді.[1] Бұл интернет желілері адам өміріне өзіндік пайдасын да алып келді. «...Айшылық алыс жерлерден жылдам хабар алғызды», - деп Ыбырай Алтынсарин өз өлең жолдарында айтып өткендей өмірге ХХІ ғасырмен жарыса келген бұл жаңалық алыс аймақтардан уақыт созып күттірмей, тез әрі үнемді ақпарат алмасуға болатын байланыс түрін орнатты.

Бертін келе ұялы байланыс та өз қарқындында жылдам дамып, қоғамда өзіндік орын иеленіп, кең қолданысқа ие бола бастады. Соның ықпалымен 2004 жылдың қаңтар айында ұялы байланыс аппараттарына арналған Mobile@Mail.ru мобильді сервисі (Магент) дүниеге келді. Жаңа ғасырдың жаңалықтары халық өміріне үлкен үлесін қосуда. Солардың бірі арадағы қашықтыққа қарамай сапалы байланыс орната отырып, ақпарат алмасу жылдамдығы. Осы жылдам ақпарат алмасу адамдардан көпсөзділіктен гөрі керісінше, тиянақтылықты талап етеді. Соның барысында адамдар арасындағы байланыс ықшамдалған диалогтарға құралады. Мысалы:

- Slm!
- Slm!
- Kaksyn?
- Ok! Oz?
- Tema.
- N.i.j?

- Uhpuyuw...Sen?
- Sol sabak karap.
- Mmm, poka.
- Mhm, KT!
- KT! [3]

Бұл Магент желісіндегі ақпарат алмасушылардың диалогынан көрініс. Ал осы диалогтың толық нұсқасы мынадай болмақ:

- Сәлем!
- Сәлем!
- Қалың қалай?
- Жақсы.Өзің қалайсың?
- Өте жақсы.
- Не істеп жатырсың?
- Ұйықтайын деп жатырмын. Сен не істеп жатырсың?
- Сол сабақ қарап отырмын.
- Түсінікті, пока.
- Ия, қайырлы түн!
- Қайырлы түн!

Осылайша Магент арқылы өзара байланыс орнатқан бүгінгі жас және орта жастағы адамдар әңгімелесу барысында көптеген өзгерістер тудырады. Солардың бірі – айтар ойды ықшамдап, қысқартып, белгілі бір дыбыстар арқылы бейнелеп беру сынды үнемдеу құбылысы.

Адам әрбір қимыл-қозғалыс, іс-әрекет барысында өз бойынан белгілі бір мөлшерде энергия, күш жұмсайды. Осы энергия, күшті сақтап қалу барысында тілдегі ықшамдалу, үнемдеу құбылысы дүниеге келеді. Жоғарыда келтірілген мысалды белгілі бір сөзді, сөз тіркесін, сөйлемді тек дыбыстармен беру көрініс тапты. Ендеше бұл Магент байланыс жүйесіндегі ықшамдалу көрінісінің бір түрі.

Тілдегі үнемдеу адам ойы мен санасында қалыптасқан, сөйлеушінің қарым-қатынас жасау барысында жұмсайтын энергиясының үнемделуін, ойды жеткізушінің құрылымдық жағынан қысқа әрі мағыналық, мазмұндық жағынан бай, өкпеден шыққан ауаның бірыңғай, біркелкі, бірденгейлестігін, сонымен қатар сол тілде сөйлеушінің тілінің әуезділігін, эмоцияны адамның қолданылу ыңғайына қарай бейімделуін қамтамасыз етеді және қарастырады.

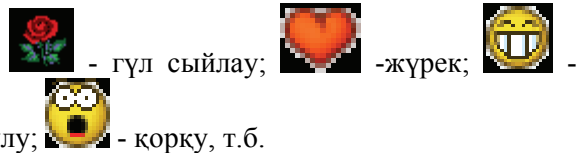
Тілдік үнемдеу құбылысының сөйлеуге қатысты екеніндей, сөйлеуші коммуникативті тұлға ретінде өз ойын тілдің барлық деңгейлеріне қатысты ықшамдап жеткізе алуына түрлі факторлар әсер етеді. Соның бірі –психологиялық фактор. Яғни бұл адам эмоциясын көрсетуде ықшамдалу құбылысына тағы да өз септігін тигізеді. Адам көңіл-күйін тек тілмен

ғана бейнелеп қоймай бет-әлпеті, қимыл-қозғалысы арқылы да білдіріп жатады. Осының ішіндегі бет – әлпет қозғалысы біршама күрделі әрі маңызды екені баршамызға анық. Өйткені сіз біреудің бетіне бір қарап-ақ оның көңіл-күйін аңғара аласыз. «Көз - көңілдің айнасы» деп жатамыз. Бүгінде осындай қимыл-қозғалысты сөзбен емес, белгілі бір суретті бейнелер (смайликтер) арқылы көрсетеді.

Смайлик (ағл.smile) - эмоцияны білдіретін идеограмма. Ең алғашқы смайликтің авторы – дизайнер Харви Белл. Ол кезде Американың сақтандыру компанияларында күрделі кезең болып, екі компанияның біріктірілуінен қиындықтар туындап жатады. Сол қиындықтардың кесірінен компанияның іскерлік қабілеттеріне нұқсан келтіре бастады. Компания басшылары көтеріңкі көңілді жарнамалайтын акция өткізуді жоспарлайды. Оның символын салу суретші Харви Беллге тапсырылады. Ол 1963 жылы он минут ішінде көңілді кейіпті сипаттайтын бейнені жасап шығарады. Осы бейнелі суреттің негізінде жұмыскерлердің төсбелгісі тағайындалады. Ал ол суретке «смайлик» деген ат берілді. Ең алғашқы смайлик осылайша өмірге келді. Өзінің осы туындысы жайында Харви Белл былай дейді: «Бүгінгі күнге дейін адамзат және өнер тарихында жан-жақты тарала отырып, бақыт, қуаныш, рақат сыйлайтын туынды болмаған. Қарапайым болса да, баршаға түсінікті».

Бертін келе 1969 жылы Владимир Набоков та өзінің бір сұхбатында көңіл-күйді білдіретін бір графикалық белгіні ойлап тапқысы келетінін айтып өтеді. Бірақ ең алғаш хат арқылы ақпарат алмасу кезінде 1982 жылы 19 қыркүйекте ағылшын азаматы Скотт Фалман смайликтерді бүгінгі күні кең тараған көңілді жағдайда «:-)», керісінше көңілсіз күйде болғанда «:-(» түрін қолдануды ұсынады.[1]

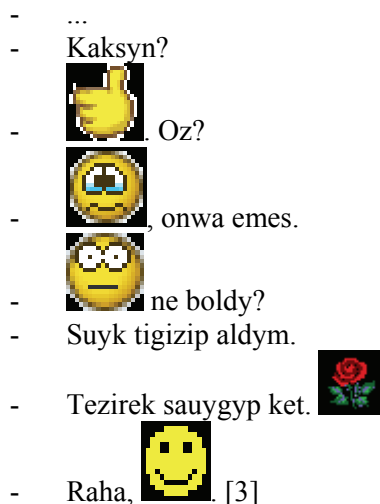
Әрбір смайлик адамның әртүрлі көңіл – күйін көрсетеді. Мысалы:



күлу;  - қорқу, т.б.

Смайликтер арқылы адамдар өз бойындағы психологиялық жай-күйін жеткізеді. Психологиялық фактордың үнемдеу заңын нақтылай түсетін бірінші құбылыстары –сөз жұту, үнсіз қалу. Үнемдеу заңынан туындайтын сөз жұту жеке адамның психикалық жай-күйіне байланысты болмақ. Сөйлеушінің сөйлеу актісіндегі сөздерінің жұтылуы түрлі психологиялық жағдаятқа байланысты екенін төмендегі түрлі сезім мен көңіл-күйдің өзгерісінен пайда болатын психологиялық жай-күйлердің әсерін анықтауға болады. Сөз жұту психологиялық жай-күйге (яғни, «қорқу», «толқу», «өкіну», «қуану», «ашулану») бейвербалды амалдарды жатқызуға болады. [2]

Осы жай-күйлерді бейвербалды амалдар арқылы Магент желісінде жеткізуде жастар смайликтерді кеңінен қолданады.



Міне, осы мысалда адамның көңіл-күйін сөзбен жазып отырмай-ақ, қысқа бейнелі смайликтер арқылы танып-білу оңайға соғатынын анық көруге болады.

Жаңа ақпараттық технологияларды пайдалану барысында қалыптасып, бүгінгі күні кең өріс жайып келе жатқан, яғни үнемдеу заңын қолдану аясының ұлғаюына ықпал еткен факторлар:

1. Уақыт үнемдеу, яғни жылдамдық. Соның салдарынан сөйлемдегі сөздер, сөз тіркестері белгілі бір дыбыстар арқылы беріледі. Мысалы, не істеп жатырсың? деген бір сөйлем, ықшамдалу барысында n.i.j.? деген 3 сөздің алғашқы дыбыстары арқылы берілсе, сәлем деген сөз

slm деген тағы да сол дыбыстар арқылы ғана адресатқа жеткізілуде.

2. Өзінің жай-күйін көрсету. Адамның көңіл-күйін сөзбен айтып жеткізу, өте күрделі көп сөзділікті талап етеді. Сондықтан да белгілі бір смайликтер арқылы адамның сол кездегі күйін ашып толық суреттеп беруде.

3. Материалдық үнемдеу. Магнет көп жағдайда ұялы телефон байланысы арқылы жүзеге асатын болғандықтан, бірліктер көп жұмсала-

ды. Әрбір жөнелтілген хаттардың төлемі болады, сондықтан да бұл жастарымызға материалдық үнемдей отырып, тілдік бірліктерді де үнемдеп, сөз, сөйлемдерді ықшамдап беруіне әсер етеді.

Осындай факторлардың әсерінен белең алып, жастар арасында кең қолданысқа ие болып тұрған үнемдеу заңының көрінісі күрделіден қарапайымға қарай қадам басуда. Бұл құбылыс қайда, қандай жағдай, болса да өз орнымен жұмсала бермек.

Әдебиеттер

1 www.wikipedia.ru

2 Оданова С.А. Қазақ тіліндегі түбір сөздердің үнемделуі (автореферат). – Алматы, 2010.

References

1 www.wikipedia.ru

2 Odanova S.A. Kazak tilindegi tybir sozderdin ynemdelui (avtoreferat). – Almaty, 2010.