

OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
SERIES OF SOCIAL AND HUMAN SCIENCES

ISSN 2224-5294

Volume 2, Number 312 (2017), 273 – 277

УДК 81`23

F. Khassilan¹, Zh.Kh. Ibraeva²

¹2nd year master specialty of Linguistics KazNU named after al-Farabi, fariza.khassilan@gmail.com;

²Scientific supervisor: Ph.D, professor of chair General Linguistics and European languages,
KazNU named after al-Farabi, Almaty, Kazakhstan, kulmat@rambler.ru

PRAGMATICS OF TELEVISION DISCOURSE (BASED ON THE ANALYTICAL PROGRAMS)

Annotation. This article discusses the problem of discourse, its genres and classifications. In linguistics the number of scientific researches on a television discourse are complementing gradually. In the research article, we used scientific researches of national and foreign scientists on a television discourse. The types of television discourse, like thematic, structural-compositional and stylistic signs, have been guided by the typology of scientists. The informational-analytical programs were chosen among the television programs as a research material. The goal of research is to do a pragmatic analysis of the informational-analytical program "Our time" of television channel "Astana". And what reasons have influenced to choose this television program reported in article. In the research there were used observation, component analysis, semantic analysis and description methods. The journalist's external appearance, beauty, clothing are not only main elements in the process of informing information in a television discourse, as well as intonation, temp i.e. the rate of speech, voice almost all serve important small details. This article defines this type of linguistic terms, explains by specific examples. To achieve the objectives of the study, were analyzed the impact of television programs during the speech, pragmatics, phonological operations and other pragmatic methods, and discussed actual problems of television discourse.

Key words: discourse, television discourse, pragmatics, prime-time, intonation,

ӨОЖ: 81`23

Ф. Хасилан¹, Ж.Қ. Ибраева²

¹Өл-Фараби атындағы ҚазҰУ-нің Лингвистика мамандығының 2 курс магистранты
E-mail: fariza.khassilan@gmail.com;

²Өл-Фараби атындағы ҚазҰУ жалпы тіл білімі және еуропа тілдері кафедрасының профессоры, ф.ғ.д.,
E-mail: kulmat@rambler.ru;

ТЕЛЕВИЗИЯЛЫҚ ДИСКУРС ПРАГМАТИКАСЫ (АНАЛИТИКАЛЫҚ БАҒДАРЛАМА НЕГІЗІНДЕ)

Аннотация. Мақалада дискурс терминіне анықтама беріліп, дискурс жанрлары және оның жіктелуі мәселелері қозғалды. Тіл білімінде телевизиялық дискурс тақырыбындағы зерттеулер саны үнемі жаңа ізденістермен толығу үстінде. Зерттеу мақалада отандық және шетелдік ғалымдардың дискурс, телевизиялық дискурс тақырыбындағы зерттеулері қамтылды. Телевизиялық дискурстың түрлеріне талдау жасағанда, атап айтқанда тақырыптық, құрылымдық-композициялық және стилистикалық белгілеріне енгізген ғалымдар типологиясы басшылыққа алынды. Зерттеуіміздің материалы ретінде телевизиялық бағдарламалар арасынан ақпараттық-сараптамалық бағдарламалар таңдалып алынды. Зерттеудің мақсаты ақпараттық-сараптамалық бағдарламалардан «Астана» телеарнасындағы «Біздің уақыт» бағдарламасына прагматикалық талдау жүргізу. Қандай себептермен аталған бағдарламаның таңдалып алынғандығы мақалада толықтай баяндалды. Зерттеуде байқау әдісі, компоненттік талдау, семантикалық талдау, сипаттама әдісі қолданылды. Телевизиялық дискурста жүргізушінің сыртқы мүсін-келбеті, көркі, киімі ғана емес, сонымен қатар, ақпарат хабарлау барысындағы интонациясы, сөйлеу қарқыны яғни темпі, дауысы, бәрі дерлік маңызды қызмет атқаратын кішігірім бөлшектер. Бұл зерттеу мақаламызда осы тектес лингвистикалық терминдердің анықтамалары

беріліп, нақты мысалдар арқылы кеңінен түсіндірілді. Сондай-ақ зерттеу мақсатына жету барысында, телевизиялық бағдарламалардағы сөйлеу ықпалы, прагматика, фонациялық амалдар және т.б. прагматикалық ықпал жасау әдістеріне талдау жасалып, телевизиялық дискурстың өзекті мәселері қарастырылды.

Тірек сөздер: дискурс, телевизиялық дискурс, прагматика, прайм-тайм, сөйлеу ықпалы, интонация.

Ақпарат сәт сайын алмасқан уақытта шындықтың астарына үніліп, оны сараптап, сұрыптап, көпшілік назарына ұсыну – кез келген телевизиялық арнаның, білікті маман басшылардың, кәсіби білімді журналистің міндеті.

Телевизиялық дискурс отандық тіл білімінде, журналистикада толыққанды зерттеліп біткен жоқ. Телевизиялық дискурс атауының жарыспалы нұсқалары да кездеседі. Атап айтар болсақ, масс-медиа, медиалық дискурс (Т. А. Ван Дейк, Г. Г. Поченцов, В. Г. Костомаров, т.б.). Масс-медиа тілі тақырыбындағы отандық зерттеушілер С.Х. Барлыбаева, Ш. Нургожина, Ж.С. Абаева, З.Ж. Аманбаева, Б.Ж. Раимбекова, Д.З. Маханова, Л.Д. Аскерова, А.А. Ибраева, Г.С. Кусаинова, М.А. Тютөбаева және т.б. ғалымдармен толығуда.

Тіл білімінде *дискурс* терминіне берілген анықтамалар саны өте көп. Солардың ішінен Әлеуметтік лингвистикалық терминдер сөздігінде көрініс тапқан анықтама дискурс жанрын мейлінше аша түседі. «*Дискурс* – экстралингвистикалық-прагматикалық, әлеуметтік-мәдени, психологиялық және басқа да шарттармен жиынтыққа байланысқан мәтін; дерекке толы аспектіде алынған мәтін; мақсатқа бағытталған әлеуметтік әрекетте, адамдардың өзара әрекеттесуі мен олардың санасының тетіктеріне қатысатын компонент ретінде қарастырылатын тіл...» [1, 35]

Дискурс жанрына қарай: саяси дискурс (Т. ван Дейк, В.И. Карасик, Э.Д. Сулейменова, Б.А. Ахатова, К.Қ. Кенжеқанова т.б.), ғылыми дискурс (Л.И. Богданова, Т.В. Гончарова, Д.Ж. Рапишева) іскерлік дискурс (Г.Г. Буркитбаева), жарнама дискурсы (Н.Н. Трошина, И.А. Стернин), педагогикалық дискурс (Е.И. Голованова, Қ.Ө. Есенова), телевизиялық дискурс (Л. Маханова, М.А. Тютөбаева, Д. Қойшығұлова) және т.б. болып бірнеше түрге бөлінеді.

Телевизиялық дискурс деуіміздің өзінде телевизиялық бағдарламаларда көрініс табатын дискурс жатыр.

Телевизиялық дискурс – дискурстың ең бір ықпалы басым түрі. Зерттеуімізге негіз болған телевизиялық дискурстың жанрлық түрлерін қарастырғанда лингвистикадағы классификацияларға (Е.Г. Ларина, С.Ю. Данилов) сүйене отырып [2, 167], телевизиялық дискурстың *тақырыптық, құрылымдық-композициялық және стилистикалық белгілерін* ажыратамыз.

Тақырыптық белгілеріне сәйкес телевизиялық дискурстың келесі жанрлары яғни түрлері анықталады: тележаңалықтар, телевизиядағы фильм (көркем фильм, деректі фильм, драма, мелодрама, комедия, триллер, детектив және т.б. жанрлар), телесериал, телеқойылым (телеспектакль), анимациялық фильм (балаларға арналған мультфильм, ересектерге арналған мультфильм), телесұхбат (портретті сұхбат, тематикалық сұхбат), телесараптама (телерсследование), тележарнама (политикалық, коммерциялық, анонс), теледебат, телешоу (ток-шоу, реалити-шоу, ойындық шоу, комедиялық шоу), телеойын, телевикторина, телеэкстрим, телесаяхат, телеклуб, телешоп, тележұлдызнама, телелоторея, телемектеп, телевизиядағы әуен (музыкалық концерт, музыкалық бағдарлама, музыкалық жарыс және т.б.), телевизиядағы спорт (Олимпиада ойындары, Чемпионат, Кубок және т.б.), патриоттық бағдарлама, денсаулық туралы бағдарлама, ғылыми-танымдық бағдарлама, пародиялық әзіл-ысқақ бағдарлама, аспаздық бағдарлама. Мысалы қазақстандық телеарналардағы отандық телесериалдарға «Қазақстан» арнасындағы «Айман-Шолпан», «Аяулы арман», «Арман қанатында», «Астана» арнасындағы «Жібек», «Хабар» арнасындағы «Көрімдік» және т.б. сериалдарды жатқызуымызға болады.

Телевизиялық дискурстың бұлайша дәстүрліліктен – біржақтылыққа, монологиялық телеқарым-қатынастың интербелсенділікке – екіжақтылыққа ауысуы диалогиялықтың *құрылымдық-композициялық белгісіне* сәйкес. Мұндай монологтық жанрға қарама-қарсы келу көрермендер көз алдында орын алып жатыр. Бұл топтастырудың алғашқы қатарына телевизиялық дискурстың: теледебаттар, ток-шоу, реалити-шоу, ойындық-шоу, телеойын, телесұхбат және т.б. осы тектес бағдарламаларды жатқызамыз. Бұл топтастырудағы бағдарламалар көп жағдайда дайындықсыз (спонтанды түрде) орын алып жатады. Ал енді екінші қатарға – тележаңалықтар, телешоу, тележұлдызнаманы жатқызамыз. Бұл аталғандар алдын-ала дайындалған, спонтанды емес сөйленіс негізінде жүргізіледі. Яғни бағдарламаның алдын-ала дайындық негізінде жүргізілуі vs. еш дайындықсыз, спонтанды түрде жүргізілу белгілері негізінде телевизиялық дискурс жанрының негізгі құрылымдық ерекшелігі анықталады. Отандық телеарналардағы ток-шоуларға «Қазақстан» арнасындағы «Айтуға оңай», «Хабар» арнасындағы «Давайте говорить», «КТК» арнасындағы «Наша правда» бағдарламаларын мысалға келтіруімізге болады.

Телебағдарламалардың *стилистикалық белгісіне* сәйкес телевизиялық дискурс түрлеріне: ресми ақпараттық мәтіннің диктор тарапынан оқылуы, жасырын камера негізінде көпшілік орындарда болатын жазбалар негізіндегі қарым-қатынас түрі жатады. Мысал келтірер болсақ, отандық әзіл-ысқақ «Мәссаған» бағдарламасының бірнеше жыл бұрын көрермендер тарапынан көп сұранысқа ие болуы дәл сол жоғарыда

аталған «жасырын камера» арқылы әр түрлі адамдарды, жұлдыздарды, коммуникативтік, не болмаса өмірлік жағдаят қойылымы арқылы алдауы болатын. Бірақ бұл әзіл бағдарлама. Ал басқа да телебағдарламалардағы тілшілердің ақ-қараны айыру мақсатындағы еш мәлідемесіз басшылықпен тілдесу сияқты іс-әрекеттер көп жағдайда осы «жасырын камера» көмегімен жүзеге асады.

Телевизиялық дискурстың аталған жанрларының ішінде біздің зерттеуімізге негіз болған – ақпараттық-аналитикалық бағдарламалар. *Аналитика* терминінің өзін жекелеп алар болсақ, ағылшын тілді сөздікте аналитикаға орын алған тарихи жағдайды, ақпаратты талдау, сонымен қатар нақты шешімдер мен оқиғалардың әсерін (эффектісін) сараптау немесе анализ жасау деген түсініктеме берілген [3].

Сонымен ақпараттық-аналитикалық бағдарламалар – қоғамда қызу талқыланып жатқан мәселелерді тек хабарлап қана қоймайды, оларды барлық қырынан сараптайды, анализ жүргізеді, көпшілік көрермен назарына кәсіби сарапшы талдауын ұсынады. Олай болса, ақпараттық-аналитикалық бағдарламалардың басты әдісі – талдау жасау.

Телевизиялық дискурстың басты өзгешелігі прагматикалық ықпалы болып табылады. *Прагматика* – сөйлеу әрекеті деген мағынаны білдіреді. Ал лингвистикалық прагматика – коммуниканттардың қарым-қатынас актісінде тілді қолдану шарттарын, сол арқылы тындарманына тілдік ықпалын қарастырады. Прагматика саласындағы отандық зерттеушілер М.К. Мурзағалиева, Ф.З. Жақсыбаева, Н.Е. Савчиц, Д.Б. Бекзат, С.С. Исақова, Е.Б. Тяжина, З.К. Темиргазина, Ғ.Ж. Тұңғышбаева, А.А. Аймолдина, С.Қ. Ерғалиев, Б.Е. Асанбаева және т.б.

Прагматикадағы қарым-қатынас пен сөйлеу әрекетінің арасындағы байланысты Ғ.Ж. Тұңғышбаева былай түсіндіреді: «Қарым-қатынас пен сөйлеу әрекеті – прагматиканың бір-бірінен ажырамас бөлігі. Прагматикалық сөйлеу әрекетінің негізінде адамдардың бір-біріне тіл арқылы ықпал жасау, әрекетке итеру ұғымдары жатады. Бұл ұғымдар қарым-қатынасқа қатысушы коммуниканттардың мақсатынан туындайды. Демек, сөйлеу әрекетін тудыратын – сөйлеушінің мақсаты», - дейді ғалым [4, 122]. Ғалым пікірін қорытар болсақ, қандай қарым-қатынас болмасын, прагматика – нақты жағдайдағы адамдардың қандай мақсатпен сөйлеп тұрғанын анықтауды мақсат тұтады. Олай болса, біздің зерттеу нысанымызға сәйкес, телевизиялық бағдарлама тіліндегі прагматикалық талдау – бағдарламадағы сөйлеу әрекетінде нәтижелі мақсатқа жету үшін қолданылған тілдік және тілдік емес таңбаларды (вербалды, бейвербалды амалдар) және оны қолданушылар арасындағы қарым-қатынасты, көрерменге ықпал жасау әдіс-тәсілдерін толықтай қамтиды.

Телевизиялық бағдарламаларды саралай келе, зерттеуіміздің негізгі материалы ретінде «Біздің уақыт» ақпараттық-сараптамалық бағдарламасын прагматикалық талдау нысанына таңдап алдық.

«Біздің уақыт» бағдарламасы Астана телеарнасында демалыс күндері сағат 20:30-да эфирге шығады. Бағдарламаның эфирге шығу уақытының өзінде прагматикалық ықпал жатыр. Себебі, бағдарлама прайм-тайм уақытында, яғни 20:30-да көрсетіледі. *Прайм-тайм уақыты* туралы сөздіктердегі анықтамалар бойынша, прайм-тайм – адамдардың басым көпшілігі теледидар көретін кешкі уақыт [5], теледидар көру үшін ең танымал уақыт, яғни кеш ортасындағы уақыт [6]. Қай анықтамада болмасын прайм-таймды уақыттың белгілі бір бөлігі ретінде көрсетеді. Прайм-тайм уақыты әдетте кешкі 20:00-ден түнгі 23:00-ге дейінгі уақыт үзіндісі болып саналады. Бірақ әр мемлекеттің әр түрлі уақыт белдеуінде орналасуына қарай кішігірім айырмашылықтар кездеседі [7]. Яғни қарапайым сөзбен айтқанда, прайм-тайм адамдардың басым көпшілігі жұмыстан үйге оралған кезінде және жаңалықтар не болмаса өздерінің сүйікті бағдарламаларын қарайтын уақыт аралығы. Теледидар арналары бұл уақытта өзінің тек қана сәтті, немесе сәттілік әкелетін, көрермендер көп тамашалайтын ең сүйікті бағдарламаларын көрсетеді. Түнгі сұхбат-шоулар, драма және реалити-шоулар осы уақыт үзіндісінде көрермен жинауда өте тиімді болып келеді.

Прайм-тайм уақытында көрсетілетін бағдарламалардың аудиториясы – әлеуметтік-экономикалық жағынан тұрақтанған, тұрақты жұмысы бар, қоғамда белгілі бір әлеуметтік топ мүшесі болып саналатын, 30-65 жас аралығындағы қуатты категориялар. Сондықтан да бұл прагматикалық амал «Біздің уақыт» бағдарламасының кешкі уақытта көрсетілу себебі болып саналады.

«Біздің уақыт» – қорытынды ақпараттық-сараптамалық бағдарлама болғандықтан, оның жанры – қоғамдық-саяси. Жүргізілетін тілі – қазақ тілі. Олай болса, зерттеу нысанымызға не себепті «Біздің уақыт» бағдарламасы ілінді? Біріншіден, бағдарлама ғаламтор парақшаларында («Astana.tv», «yvision.kz», «kaztube.kz», «newsvideo.su» т.б. сайттарда) көру рейтингісі жағынан ақпараттық-аналитикалық бағдарламалар арасынан көрсеткіші жоғары.

Екіншіден, ақпараттық-сараптамалық бағдарлама болғандықтан, әр түрлі айдар негізінде апта ішіндегі елең еткізген оқиғаларды сараптайды. Көпшілікті толғандырған мәселелерге үңіліп, сол тақырып аясында «Біздің сұхбат» айдарында сарапшылар ой толғайды. «Интернет ірімдері» атты бағдарламаның келесі айдары көрермендер назарын ғаламторға терең «сүнгітеді». Ал таңғаларлық тағдыр иелері, әлеуметті таңдандырған хобби иелері, сондай-ақ, аңыз адамдарға байланысты жанды жадыратар естеліктер «Біздің кейіпкер» айдарында баядалады. «Біздің уақыт» бағдарламасы «Не? Қайда? Қашан?» ғана емес, «Не себепті?» деген сауалдың да маңызды екенін назарда ұстайды.

Үшіншіден, «Біздің уақыт» бағдарламасы «Тіл тұғыры – 2016» жобасында «Қазақстандағы үздік бағдарлама» марапатын иемденді. Бұл жетістік зерттеу нысанымызда бағдарлама таңдау жағынан кателеспегенімізді дәлелдейді.

Зерттеуімізде «Біздің уақыт» бағдарламасының 2015-2016 жылдар аралығындағы 10 түсірілімдерін іріктеп алдық. Соның ішінен 2016 жылы наурыз айының 5 күні көрермендерге жол тартқан бір түсіріліміне прагматикалық талдау жүргіздік [8]. Зерттеу нәтижелі болуы үшін аталған бір ғана бағдарламаға талдау жасауға шамамен 7 сағат уақыт бөлінді. Зерттеуде байқау әдісі, компоненттік талдау, семантикалық талдау, сипаттама әдісі қолданылды.

Телекөрерменге ықпал жасаудың ең маңызды элементі – бағдарлама жүргізушісі екені анық. «Біздің уақыт» бағдарламасы телеарнаға тек жақсы рейтинг әкеліп қана қойған жоқ. Сыни көзқараспен қарар болсақ, ең алдымен, Жайна Сламбектің бағдарлама жүргізу барысындағы интонациясы, тембрі, өзіндік сөйлеу мәнері, дауысындағы үн ерекшелігі – журналистке кәсіби сферада үлкен жетістік әкелуде.

Ғалым Ж.Қ. Ибраева тұжырымы бойынша *интонация* деп «сөйленістің дыбыстық формасы, өзгерістер жүйесінің жоғарылығы, қарқын, ырғақ пен кідіріс арқылы ұйымдасып, сөйлеушінің коммуникативтік ниетін, оның өзіне және тыңдаушыға қарым-қатынасын, сонымен қатар сөйлеу жүзеге асатын жағдаят пен лебиз мазмұнына қатысын білдіретін дауыс қаттылығы мен ырғағын айтамыз» [9, 60]. Және де *сөйлеу қарқынына (темп)* (лат. *tempus – уақыт*) ғалым: «сөйлеу ағынының дыбысталатын элементтерінің алмасу жылдамдығының дәрежесімен сипатталады» деген мінездеме береді [9, 60]. Ал *тембр* Ж.Қ. Ибраева анықтамасы бойынша «дауыстың құрамдас бөліктерінің бірі, және де «лингвистикада факторлардың жиынтығымен (модуляциялық үдерістермен, дауыс сигналының шабуылымен және өшуімен, спектрдің форманттық құрылымымен, шуыл компоненттерінің айқындылық дәрежесімен, гармониялық емес обертондармен) айқындалған дауыстың психоакустикалық сипаттамасы», - деп түсініледі [9, 61].

Сонымен қатар, ғалым адамның жеке қасиеті ретінде *дауысты* да жатқызады [9, 61]. Қазақ тілінде көркем әдебиеттерде қоңыр дауыс, ащы дауыс, және т.б. тіркестер адам дауысын сипаттау үшін қолданылады. Жүргізуші Жайна Сламбектің дауысына өз пікірім бойынша сипаттама берер болсам: дауысы ашық және саңқылдаған. Бағдарлама жүргізушісі өз ойын қымсынбай, қысылмай, еш тайсалмай анық айтатын, көпшілік ағынына ілісе беруді мақсат тұтпайтын, шындықты жақтаушы – өткір тілді, орақ ауызды журналист.

Олай болса, жеке адамның бірегейлігін көрсетіп, интонациясы, қарқынын, тембрін, дауысының ерекшелігіне байланысты өзге адамдардан, өзге тұлғалардан ерекшелеп тұрушы құрылымды – *сөйлеу мәнері* деп қабылдаймыз.

Мысал келтірер болсақ, біздің зерттеу нысанымызда таңдалып алынған бағдарламаның «Жетім құлыншақтар» айдарында АҚШ-тың Велфейро қалашығында орын алған қанды оқиға баяндалған. Мұнда жүргізуші интонациясының көтерілуі (↑), төмендеуі (↓), яғни тембрдің өзгеруі, кідіріс (и) шартты таңбалары арқылы белгіледік. Мәтінге көз салсақ:

«АҚШ азаматтары асырап алған Қазақстандық балалардың кісі қолынан опат болулары сөз жоқ(и) трагедия(↓). Қанішерді қарғап-сілеп жатыр жұрт(↓)(и). Мұнан соң бала асырап алуға байланысты пікірталас туды(и). Менің субъективті пікірім:(и) «жетімін жылатпаған ел едік» деген күңіренуді(↑) қою керек(↑). Жетімдерді жылатып отырмыз деп қатты кетпей-ақ қояйын(↓)(и), жетімдері көп елміз (↓). Егер (и) бала асырап аламын деушілер(и) жетім балалардың санынан әлдеқайда аз болса(и) шетелдік азаматтардың бала асырап алуына неге(↑) қарсы болуымыз керек(↑). Оның үстіне мүгедек балаларды(и) бізде(и) ешкім алмайды да(↑). Ал балаға отбасында өскеннен асқан қандай бақыт бар(↓). Мейірім мен жан шуағын айтпағанда(↑) тауық еті мен вермишельдің қуырмашы болса да(и), үйдікі болса(и), одан дәмді тамақ жоқ қой(↓). Және бір деталь(и) бала асырап алуда бюрократияның және (и)коррупция элементтерінің бар екені өтірік емес. Ал балалар үйінен шыққан жастардың басым көбінің үйсіз (и) жұмыссыз(и)тентіреп жүретіндері(и) ақырында деградацияға ұшырап (и) өмірін өксікпен аяқтайтындарын бәріміз білеміз (↓)»[8].

Келтірілген үзіндіге сәйкес, интонацияның төмендеуі арқылы – жүргізушінің шарасыздығы көрініс тауып отырса, керісінше интонацияның көтерілуі – жүргізушінің келтірілген қоғамдағы шындыққа ашуын, әрі оған келіспейтіндігін білдіріп тұр. Ал кідіріс жүргізушінің сөзі барысында пунктуация белгілерін (үтір, нүкте, сызықша немесе қос нүкте және т.б.) білдіріп тұр. Олай болса, интонация мен кідіріс – жүргізушінің мақсатқа жетуі үшін қолданып отырған, өзіндік сөйлеу мәнерін танытатын бейвербалдық компоненттер.

Қорыта айтар болсақ, біз өз зерттеу мақаламызда дискурс және оның жанрлары, телевизиялық дискурс, прагматика, прагматикалық амалдар және т.б. мәселелерге тоқталып, мысалдармен нақтыладық. Ескерте кетерлік бір жайт, телевизиялық дискурсты талдау тек қана жүргізушінің тембр, сөйлеу мәнері, интонациясы ғана емес, басқа да ықпалы басым бейвербалды амалдар арқылы да жүзеге асады. Бірақ мұндай амалдар осы аталған зерттеу мақаламыздың мақсатына жатпады.

ӘДЕБИЕТ

- [1] Сүлейменова Ә.Д., Шәймерденова Н.Ж., Смағұлова С.Ж., Ақанова Д.Х. «Әлеуметтік лингвистикалық терминдер сөздігі // Словарь лингвистических терминов». Алматы: Арман-ПВ, 2008.
- [2] Ларина Е. Г. Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. Издательство: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Волгоградский государственный университет». 2006. -166-168.
- [3] <http://www.businessdictionary.com/definition/analytics.html>
- [4] Тұңғышбаева Ғ.Ж. «Прагматика» ұғымының мағынасы мен қолданылу аясы. ҚазҰУ хабаршысы. Филология сериясы, №6(130). 2010. 120-123 бб.
- [5] <http://www.merriam-webster.com/dictionary/prime%20time>
- [6] <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/prime-time>
- [7] https://en.wikipedia.org/wiki/Prime_time
- [8] «Біздің уақыт» бағдарламасы. 05.03.2016 <http://www.astanatv.kz/program/video/id/1853.html>
- [9] Ибраева Ж. Қ. Психоллингвистика негіздері: Оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2010. –125 б.

REFERENCES

- [1] Sylejmenova Je.D., Shajmerdenova N.Zh., Smarçylova S.Zh., Aқанova D.H. «Әлеуметтік лингвистикалық терминдер сөздігі // Slovar' lingvisticheskikh terminov». Almaty: Arman-PV, 2008.
- [2] Larina E. G. Televizionnyj diskurs i ego zhanrovoe raznoobrazie. Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2. Jazykoznanie. Izdatel'stvo: Federal'noe gosudarstvennoe bjudzhetnoe obrazovatel'noe uchrezhdenie vysshego professional'nogo obrazovaniya «Volgogradskij gosudarstvennyj universitet». 2006. -166-168.
- [3] <http://www.businessdictionary.com/definition/analytics.html>
- [4] Тұңғышбаева Ғ.Ж. «Прагматика» ұғымның мағынасы мен қолданылу аясы. ҚазҰУ хабаршысы. Филология сериясы, №6(130). 2010. 120-123 бб.
- [5] <http://www.merriam-webster.com/dictionary/prime%20time>
- [6] <http://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/prime-time>
- [7] https://en.wikipedia.org/wiki/Prime_time
- [8] «Bizдің uақыt» bardarlamasy. 05.03.2016 <http://www.astanatv.kz/program/video/id/1853.html>
- [9] Ibraeva Zh. Қ. Psiholingvistika negizderi: Оқу құралы. – Almaty: Қазақ universiteti, 2010. – 125 b.

Ф. Хасилан¹, Ж.К. Ибраева²

¹Магистрантка 2-го курса по специальности 6МО21300 – Лингвистика, КазНУ им. Аль-Фараби
fariza.khassilan@gmail.com;

²д.ф.н., профессор кафедры Общего языкознания и европейских языков КазНУ им. Аль-Фараби
kulmat@rambler.ru

**ПРАГМАТИКА ТЕЛЕВИЗИОННОГО ДИСКУРСА
(НА ОСНОВЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ)**

Ключевые слова: дискурс, телевизионный дискурс, аналитика, прагматика, прайм-тайм, речевое воздействие, интонация.

Аннотация. В данной статье дано определение термина «дискурс», рассмотрены его жанры и вопросы спряжения. В лингвистике телевизионный дискурс постоянно пополняется новыми исследованиями. В статье изучение темы охватывает исследовательские работы отечественных и зарубежных ученых по телевизионному дискурсу. При анализировании видов телевизионного дискурса руководствовались типологией ученых, которые вели наблюдение за изменением стилистических, тематических и структурно-композиционных признаков. Из телевизионных программ как материал изучения данной работы выбрали информационно-аналитические программы. Цель данной работы - анализировать информационно-аналитическую программу «Наше время» («Біздің уақыт») телеканала «Астана». В статье подробно излагаются причины выбора данной передачи. Используемые методы исследования: наблюдения, компонентный анализ, семантического анализ и описания. В телевизионном дискурсе имеют важную роль не только внешний вид и одежда диктора, но и фонетические элементы, такие как интонация, темп, тембр, голос, и т.д. В этой исследовательской статье даны определения такого рода лингвистическим терминам, а также подробно разъяснено через определенный пример. Чтобы достичь целей изучения темы, проанализировали прагматику, фонетические действия и другие методы, рассмотрены ключевые вопросы телевизионного дискурса.