



ХҒТАР 16.21.15

Ғылыми мақала

З.Р. Курманбекова¹ , Л.Т. Макулова^{2*} , М.К. Сарсембаева³ 

М.Х. Дулати атындағы Тараз университеті, Тараз, Қазақстан

(E-mail: ¹ kurmanbekovazulfia02@gmail.com, ² makulovalaura@mail.ru*, ³ S_mira72@mail.ru)

БЕЙВЕРБАЛДЫ АМАЛДАРДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІ ТІЛІНДЕГІ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа. Бұл мақалада әлеуметтік желідегі коммуникацияның маңызды аспектісі болып табылатын эмотикондар қарастырылады. Мақалада ғылыми зерттеулерге сүйене отырып, эмотикондардың анықтамасы берілген. Эмотикондар желі қолданушыларының (нетизендердің) сөйлесу мақсатын ашуға және түсінуге көмектеседі. Қазіргі таңда әлеуметтік желілердің күнделікті өмірімізге тез енуі интернет-коммуникация тіліндегі вербалды емес тәсілдердің санын көбейтіп, оларды графикалық және мазмұндық тұрғыдан түрлендірді. Эмотикондардың, визуалды және креоль белгілерінің, стикерлердің, демотиваторлардың, интернет-мемдердің, комикс сияқты кейіпкерлердің пайда болуы интернеттің вербалды емес қатынасқа көшуін көрсетеді. Сонымен қатар, интернет-коммуникациядағы бейвербалдылықтың күшеюі эмотикондар мен графикалық элементтердің таңбалау құралына айналуымен сипатталады. Эмотикондар, стикерлер, демотиваторлар мен басқа да визуалды құралдар желідегі пікір білдірудің, эмоция мен көңіл-күй жеткізудің маңызды тетіктеріне айналды. Мақаланың ғылыми жаңалығы – интернеттегі қарым-қатынас барысында эмоция мен экспрессияны жеткізудің негізгі тәсілі ретінде бейвербалды ақпараттың қазақ тілді кеңістікте алғаш рет жан-жақты қарастырылуында. Зерттеу барысында қазақ тілді ресурстарда эмотикондар (смайликтер), демотиваторлар және кеңес сипатындағы бейвербалды элементтердің қолданысы сараланып, олардың қызметі мен құрылымдық ерекшеліктері талданады. Сонымен бірге, эмотикондар бейнелейтін нысанға қарай бес топқа бөлініп қарастырылады: нақты эмоцияны білдіретін эмотикондар, адамдар, табиғат, тағамдар, заттар мен символдар. Әр топтың көрініс формалары мен тілдік деңгейге әсері нақты мысалдар арқылы көрсетіледі. Аталған ерекшеліктердің әрқайсысының көріну жолдары, тілдік деңгейлерге әсері сөз болады.

Түйін сөздер: әлеуметтік медиа коммуникациясы, вербалды емес құралдар, эмотикондар, смайликтер, стикерлер.

Түсті: 27.06.2025; Жөнделді: 08.12.2025; Мақұлданды: 23.12.2025; Онлайн қолжетімді: 29.12.2025

Кіріспе

Әлеуметтік желі қазіргі таңда бұқараға ықпал етудің пәрменді құралына айналды. Оның адам санасына әсер етіп, қоғамдық пікір қалыптастыратын, түрлі мазмұндағы ақпараттарды тез тарататын, адам әрекетінің белсенділігін арттыратын мүмкіндігі де мол. Әлеуметтік желіде мұндай қызметті тілдік (вербалды) және тілдік емес (бейвербалды) амалдар атқарады.

Әлеуметтік желілердегі тілді пайдаланудың негізгі факторларының бірі – тілдік үнемдеу құбылысы. Тілдік үнемдеу тілдердің барлығына тән болып келеді. Ол ойды, пікірді толыққанды жеткізу қағидасына қарама-қарсы құбылыс. Сонымен бірге тілдік үнемдеу – адамның менталды қызметінің нәтижесінің бірі. Зерттеушілер үнемдеу құбылысының тілдік жасалуына назар аударып жүр, тілдегі тарихи дамудың нәтижесі ретінде табиғи жолмен емес, адамның қатысы арқылы коммуникативтік мақсаттар үшін жасанды түрде пайда болған сөзжасамды қарастырады (Алдашев, 1996).

Сонымен бірге үнемдеу көп жағдайда бейвербалды құралдар арқылы беріледі. Кез келген қарым-қатынас тілдік қатынасқа қоса қосалқы қызмет атқаратын бейвербалды амалдарды қажет етеді, олар дауыстың құбылмалы реңктерінен, тембрінен, қарқындығынан, қимыл-әрекеттерден, дене қимылдарынан, бет-әлпеттегі өзгерістерден құралады. Бұлардың әрқайсысы адресант пен адресат арасындағы қарым-қатынастың мақсатын ашады, бір-бірін жете түсінуге мүмкіндік жасайды.

Осыған орай қарым-қатынас кезінде тілдік амал-тәсілдермен қатар паратілдік құралдар – бейвербалды элементтер де ғаламтор желісінде кеңінен қолданылады.

Өйткені сөйлеу тілі – ақпарат берудің, ақпарат жеткізудің сан түрін, тілдік және тілдік емес, тілден тыс өзге де арналарын, олардың әрқайсысына тән өзіндік ольфакторлық, тактильдік, көзбен көруге болатын, құлақпен еститін т.б. амалдары мен тәсілдерін тәжірибеде пайдалануға болатындығымен ерекшеленетін күрделі құбылыс (Момынова & Бейсембаева, 2003).

Қазіргі кезде ғаламтордың күнделікті тұрмысымызға дендеп енуі Интернет-қатынас тіліндегі бейвербалды амалдарды көбейтті әрі оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті.

Зерттеу материалдары мен әдістері

Бұл мақалада негізгі материал ретінде қазақ тіліндегі әлеуметтік желі парақшаларында (Facebook, ВКонтакте, Instagram, Twitter) қолданылған бейвербалды құралдар мен эмотикондардың мәтіндік үлгілері алынды. Материалдар 2023–2025 жылдар аралығында желіде жарияланған ашық жазбалар мен пікірлерден жинақталды. Таңдап алынған жазбаларда бейвербалды амалдардың – эмотикондардың, стикерлердің, демотиваторлардың, интернет-мемдердің – көрінісі мен қызметі қарастырылды.

Мақаланың тақырыбын ашу мақсатында сипаттамалы, талдамалық, салыстырмалы, контент-талдау әдістері қолданылды.

Сонымен қатар, мақалада қазақ тіліндегі эмотикондардың мазмұны мен қызметін нақтылау үшін отандық және шетелдік түсіндірме сөздіктер, интернет-энциклопедиялар, сондай-ақ интернет-коммуникация мен бейвербалды тілдік бірліктерге қатысты ғылыми еңбектер кеңінен пайдаланылды.

Қолданылған әдістер мен дереккөздер бейвербалды құралдардың әлеуметтік желілердегі тілдік үнемдеу, экспрессивтік мән, прагматикалық қызмет және прагмастилистикалық ерекшеліктерін кешенді түрде талдауға мүмкіндік берді.

Әдебиетке шолу

Қазіргі уақытта Интернет-қатынастағы бейвербалдылық түрлері негізінен мыналар:

- эмотикондар;
- стикерлер;
- демотиваторлар (қара түсте орнатылған және түсініктемесі бар сурет);
- эдвайс (интернет-плакат);
- Интернет-комикстер;
- құттықтау хаттары;
- Интернет-мемдер.

Мақалада біз осылардың кейбіріне тоқталамыз, дегенмен жалпы бейвербалдылыққа қатысты қазақ тіл біліміндегі зерттеулерге шолу жасай кеткен жөн деп санаймыз.

Қазақ тіліндегі бейвербалды амалдарға алғаш көңіл аударған зерттеушілердің бірі ретінде Жүсіпбек Аймауытұлын атаймыз. Ж. Аймауытұлы «ым» мен «ишараға» байланысты ойларын адам психологиясымен байланыста қарастырып, «Психология» атты еңбегінде өз пікірін білдіреді. «Келбет көрсең, ісін сұрама» деген қазақтың нақыл сөзін келтіреді. Еңбекте «келбет ілімі», «беттің ымы» туралы алғаш сөз қозғалады. Ол мимикаға *бет құбылысын, маңдайдың қатпарын, маңдайдағы сызықтарды, көз қарасын, танау, мұрынның желбіреуін, еріннің жымырылуын*, т.б. жатқызады. Ал ишараны *ымдасу* сөзімен бөліп атайды да, оған *көкірегін керу, иығын қозғау, төмен түсіру* сияқты қимылдарды жатқызады: «Ымдасу деп бастың, кеуденің, қол-аяқтың әлпетті қозғалыстарын ұғу керек» (Аймауытұлы, 1995).

1920-жылдардың өзінде бейвербалды амалдар мен адам психологиясы арасындағы терең байланысты Мағжан Жұмабайұлы да аңғарған. Ақын өзінің «Педагогика» оқу құралында «Адамның жан сыры дене арқылы, мимика арқылы сыртқа білінеді», – деп жаза отырып, дененің жанға байлаулы болатынын, соған байланысты адамның ішкі жан-дүниесінің дене қимылдарының жасалуына әсер ететінін айтады (Жұмабаев, 1992).

Ахмет Байтұрсынұлының 1926 жылы жарық көрген «Әдебиет танытқыш» еңбегінде әдебиетке қатысты көптеген теориялық мәселелермен қатар «кескін», «бет-әлпет» жөнінде айтылған өзіндік пікірлері кездеседі. Айтыс өнері жайындағы баяндауларында айтыс үстіндегі «айтысушы», сөз сайысына түсуші ақындардың дене ишараттарына көңіл аударып, ерекше мән береді, айтыскерлердің бет-әлпеттері өзгерісінің ақынның жан дүниесінің көрінісі деп, психологиялық ерекшеліктеріне тоқталады (Байтұрсынұлы, 2003).

Қарым-қатынас жасаудағы квазивербалды элементтерді зерттеумен өткен ғасырдың 40-жылдарында пайда болған ғылым саласы – паралингвистика айналысады. Грек тілінен енген «рага» сөзі қазақша «жанында», «қасында» деген мағына білдіреді, яғни тілдік әрекеттің кез келген түрінің, атап айтқанда, жазба тіл, пантомимо тілі, өзіндік коды бар ым мен ишаратпен жарыса қолданылатын құбылыстар паралингвистикалық болып табылады. Терминді алғаш ұсынған америкалық ғалым А. Хилл болса, жаңа ғылым саласының зерттеу аясын белгілеген зерттеуші Дж. Трейгер екені аталады.

Көптеген ұлттар мен халықтар тіліндегі бейвербалды бірліктер жүйелі әрі кешенді түрде зерттелген. Мысалы, А.В. Филиппова, Т.М. Николаева, А.А. Акипина, Е.В. Красильникова, Л.Н. Капаназе, т.б. орыс тіліндегі ишараттарды; А. Пиз – ағылшын тіліндегі; А.А. Хачатрян, Р.М. Тохмонян армяндардың ишаратын қарастырса, ал татарлар мен башқұрттарда Ф.Ф. Султанов осы саланың маманы саналады (Момынова & Бейсембаева, 2003).

Қазақ тіл білімінде М. Мұқанов, С. Татубаев, А. Сейсенова, Қ.Қажығалиева, Б.Момынова, С. Бейсембаева, С. Мағжан, Ж. Өмірәлиева, Ж.Нұрсұлтанқызы, З.Нұржанова т.б. ғалымдар ым мен ишараттарды әр түрлі қырынан қарастырады.

Зерттеу нәтижелер және талқылау.

Интернет-қатынастың бейвербалдылыққа шындап бет бұруы таңбалау құралы ретінде эмотикондардың, графикалық және креолдылықтың пайда болуымен сипатталады, демотиваторлар, мемдер, комикстер т.т. таңбалар бейне бір «вирус» тәрізді ғаламтор мен әлеуметтік желілерде кеңінен тарап кетті. Уақыт өткен сайын олар қамтитын тақырыптар да, образдар да көбейе түсуде.

Паралингвистикалық терминдердің ішінде нақтылап алатын ұғымдар бар. Орыс тіліндегі «невербальные элементы» қазақша *бейвербалды элементтер* болып қолданылады. *Бейвербалды* сөзінің мағынасы «вербалдылыққа қатысы жоқ», «вербалдылыққа жатпайтын», «вербалды емес» деген мағына білдіреді.

Бейвербалды амалдар *мимика – ым, жест – ишара, поза – дене қалыбы* терминдеріне тікелей тәуелді. С. Мағжан *ишараға* дене мүшелерінің, оның ішінде қол, аяқ, бас секілді дене мүшелерінің динамикалық қозғалысын жатқызады. Ал *мимиканы* бетпен, бет бұлшық еттерінің қимыл-қозғалысымен байланыстырады (Мағжан, 2007).

«Қазақша-орысша, орысша-қазақша терминологиялық сөздікте» *мимика – мимика, жест – ым, жестикулировать – ымдау, поза – кескін, қалып, кейін* деп беріледі.

30 томдық терминологиялық сөздіктің «Педагогика және психология» бөлімі бойынша *жест – ым, ишара* болса, *жест вербальный – вербалдық ым, мимика – мимика, поза – кейін* түрінде, ал «Дене тәрбиесі мен спортқа» арналған томда *жест – ым, поза – қалып, бейне* делінеді.

«Мимика» мен «жест» терминдері қазақ тіліне түрліше аударылғанымен, түсініктері бір арнаға келіп тіреледі: *ым – бет-әлпетке қатысты, ишарат – әрі бет-әлпет арқылы, әрі дене қимылдары арқылы жасалатын бейвербалды амалдарға жатады.* Осы ұғымдарға қатысты басқа да бірқатар термин атауларын termincom.kz сайтынан табуға болады.

С. Мағжан осы амалдардың көпмағыналылығына тоқталады: «Бір ғана ымның я болмаса ишараның бірнеше мағына білдіретін кездері жиі ұшырасады. Бейвербалды амалдардың, оның ішінде ишара, ымның семантикалық жақтан мағыналары нақтылықтан гөрі жайылыңқы болуы нәтижесінде ым мен ишараттардың басым көпшілігі көп мағыналы болады. Бірақ ым мен ишараттардың көп мағыналылығы коммуникацияның өту жылдамдығын шабандатпайды және де тілдесім актісіне қатысушы тараптардың бір-бірімен түсінісуін қиындатпайды, ақпарат жеткізуге кедергі келтірмейді» (Мағжан, 2007).

Қазақ тілі бейвербалды амалдарға өте бай. Мұндай паратілдік құбылыстарды былай ажыратуға болады.

Кинесикалық амалдар: *қабақ шыту, қабағын түю, қабағын түкситіп жіберу, қабағын қарс түю, қолын сермеу, қол қусыру, қол жаю, екі қолын жаю, қол соғу, алақанын жаю, қолын сілтеу, қолын көтеру, қолын шығару, қолын көкке көтеру, екі қолын кеудесіне қою, жағын таяну, бармағын тістеу, бетін басу, бас изеу, бас ию, басын шайқау; т.б.*

Такесикалық амалдар: *алақанын ысқылау, иығымен сүйкеп өту, белінен ұстау/құшақтау, тізесіне отырғызу, итеріп жіберу, аяқтан шалу, арқасынан сипау, шашынан иіскеу, қолын сүю; т.б.*

Просодикалық амалдар: *дауысы дірілдеу, дауысын ақырын/қатты шығару, міңгірлеу, күлу, жылау, қырылдау, қырылдай сөйлеу, сыбырлай сөйлеу, күрсіну, үһілеу, демін ішіне тарту, ышқыну; т.б.*

Қазақ мәдениетінде ер адамдарға және әйелдерге тән бейвербалды, паратілдік амалдар кездеседі, мәселен, *бетін шымыу* әйелдерге тән ишарат болса, ал *қамшы тастау* ер адамдарға тән (Момынова & Бейсембаева, 2003).

М. Мұқанов өзінің ғылыми мақаласында бейвербалды амалдардың халықтың әдет-ғұрпымен, діні және ділімен тығыз байланыста екендігін айқын көрсетеді. Зерттеуші бейвербалды амалдардың жиырма сегіз түрін жинақтай келе, былай топтастырады: *сәлемдесу амалдары* (көрісу, сәлем ету); *алғыс айту амалдары* (ас қайыру, бата беру); *үлкендерді немесе сыйлы адамдарды қошеметтеу амалдары* (бас беру, төс ұсыну, ауыз тию, жолаушының түсуі, ақ байлау); *тілек амалдары* (бата беру); *кемсіту немесе қорлау амалдары* (теріс бата, келген кісіні табалдырықта қабылдау, келген адамға ішек-қарын беру); *қайғы амалдары* (жылау, көрісіп жылау); *салт-дәстүр амалдары* (ерулік, із келсе шығарып салу); *таңғалу амалдары* (бетім-ай); *өтініш амалдары* (кіндік шешенің құттықтауы); *өзгешелік амалдары* (Муканов, 1972).

Жоғарыда атап өткендей, қазіргі кезде ғаламтордың күнделікті тұрмысымызға дендеп енуі Интернет-қатынас тіліндегі бейвербалды амалдарды көбейтті әрі оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті. Ғаламтор біздің өміріміздің ажырамас бөлігіне айналды, ал оның тілі, яғни ғаламтор тілі адамдардың қарым-қатынас жасауы үшін маңызды бөлігі болып саналады (Сәрсек, 2019).

Қазіргі электронды немесе визуалды қатынастың осылай күнделікті өмірімізге белсенді түрде енуі дәстүрлі жазбаша және ауызша қатынас түрлеріне өзгерістер енгізді және оларға бәсекелес ретінде жаңа түр қалыптастырып отыр.

Н.Д. Голев қазіргі жазбаша қатынасқа ғаламтордың пайда болуымен енген өзгерістерге мыналарды атап өтеді:

- **КОГНИТИВТІК** (жаңа жазбаша менталділік):

коммуникативтік мазмұндағы холистік бағыт үрдісі, бұл ақпаратты берудің визуалды арналарының күшеюімен тығыз байланысты;

- **ДИСКУРСИВТІ-КОММУНИКАТИВТІК**:

жазбаша тілдегі дискурсивтік үрдістің күшеюі;

жазбаша тілдегі перлокутивтік үрдістің күшеюі;

- **СЕМИОТИКАЛЫҚ**:

дыбыстық және визуалды сөйлеу түрлерінің бәсекелестігі қазіргі қатынастың жаңа мүмкіндігін ұсынды;

визуалды арналардың күшеюі жазбаша тілдің иероглифтену дәрежесін күшейтті;

- **ТЕХНОЛОГИЯЛЫҚ** (қатынастың сыртқы формасы):

қағаздық нұсқадан электрондық тасымалдағышқа, қаламмен жазудан пернетақтаға көшу. Жазу жылдамдығының күшеюі. Мәтінді қабылдау мен жеткізудің қашықтық мүмкіндіктерінің және қабылдаушы адресат санының өсуі (Голев, 2012).

Осындай сан салалы өзгерістер қазіргі жазуға да (графика), орфографияға да өз ізін салып үлгерді. Әлеуметтік желі осы өзгерістердің қайнаған ортасы ретінде түрлі сипаттағы жаңалықтардың бастаушысы болып, оның өзіне тән тілдік ерекшеліктерін білдіретін негізгі белгілеріне айналды. Дәстүрлі орфографиядан ауытқу – «орфоАРТ» элементтері – соның бір көрінісі.

Ғаламтордағы графика мына тұстарымен ерекшеленеді: вербалды графикалық веб-құрылымдалатын және кирилл әріптерінің қатар қолданып, латыншаның, кириллицияның қазақ сөздерімен, сөйлем ішінде тұтасып қолданылуы ұшырасады. Вербалды таңбалардан басқа ғаламторда акценттік, интонациялық, маркерлі навигациялар (әріп астын сызу, гиперсілтемелер т.т.) жиі қолданылады.

Мысалы: *КЕШІКПЕ!!!*

Желі қолданушысының ерекше назар аударған сөздерін немесе сөз бөлшектерін бірыңғай бас әріптермен беру:

қаржылық сауатТЫЛЫҚ жетіспейтін елді жылуЛЫҚ іздеген жұрт сабылЫЛЫҒЫН ЖОҒАЛТЫП, Пирамидаға ТОҒЫТЫЛАДЫ.

Ал латын және кирилл әріптерінің қатар қолданысын мынадай түрлерге бөлуге болады:

1) Қазақ сөздерінің бірыңғай латын әліпбиімен безендірілуі: *Senimen soilespegeli min jil boldi goi; Nan RAHMEt ozindei karindasi bar Bizder bakittimiz;*

2) қазақша мәтінді беру үшін латын және кирилл әріптерін қатар қолдану, гибрид әліпбиілік. Бұған басқа тілдердегі фрагмент мәтіндерді және латын транслитерациясы арқылы жазылатын қазақ тіліндегі мәтіндерді жатқызуға болады: *SOOған бердін бе? Неге? ОйланN? Амин Baurim; Kеше Samaldы тыңдап өшірген едім; ee ne Adai lardi bolip otsin jdanda birge jyreik;*

3) кирилл элементтерінің үстемдігі, яғни қазақтың төл әріптерінің орнына орыс тіліндегі әріптерді қою: *Сен кимге барасын; олай истедин; мен магазинге сағат уште шығам; т.т.*

4) қазақ әдеби тілінің нормалары сақталады. Бұған арнайы тіркелген файлдарды жатқызуға болады. Ғаламторда әсіресе жарнама мәтіндерде, компьютер ойындарына берілетін нұсқаулықтарда, музыкалық каталогтарда, МРЗ-де латын графикасына негізделген қазақ әліпбиі қызмет етеді. Фирмалардың, бағдарламалардың атаулары латын графикасымен безендіріледі. Әлеуметтік желідегі мәтіндердің көптеген графикалық, орфографиялық қателердің орын алуын олардың дайындықсыз (спонтанды) жүзеге асатындығынан деп түсіндіріледі. Дайындықсыздық желіге тән ерекшелік ретінде қабылданса да, веб-қатынаста қазақ әріптерінің дұрыс қолданылуын қадағалау ешқашан тоқтамақ емес.

Графодериватология элементтерінің пайда болуы немесе цифрлардың дыбыс орнында жүруі: *4аяқты депутат, Тілеуқабыл 1000жасар.* Сол сияқты таңбалардың әріп позициясында қолданылуы *ҰNarKozҰ;* тәрізді т.б. (2022 ж. 12 қазан) <http://surl.li/rmivl>

Негізі ғаламтордың графикаға өзгерістер әкелуі басқа да тілдерге тән құбылыс. А.Е. Войскунский қазіргі орыстілді ғаламтордың «кириллицалық латиницаны» еске түсіретіндігін сөз етеді, оның жазуынша, 1920 жылдардан кейін бірінші рет орыс әліпбиін латиница ығыстырды. Бұл әсіресе «виртуалды кеңістікте», жарнама бизнесінде, компьютерлік ойындар өндірісінде және ғаламторда байқалады (Войскунский, 2015).

Н.Д. Голев өзінің жоғарыда аталған мақаласында орыс тілі материалында мынадай мысалдар келтіреді: «*Chorosha@yaYule4ka*»; *СуперSTAR*; *ВлиWimesь* (Муканов, 1972).

Мұндай «жаңалық» ғаламтор қатынасына ғана тән, дискурсивтік-коммуникативтік үрдістің күшеюінен қалыптасып отыр.

Қазіргі ғаламтор желісіндегі вербалды амалдарға әріптен тұратын жазба мәтіндерді жатқызсақ, бейвербалды амалдарға экспрессия мен эмоцияны білдіретін түрлі паратілдік құралдарды жатқызамыз.

Ғаламтор желісіндегі бейвербалды қатынасты көп зерттеушілер екі мағынада түсінеді: кең және тар мағынада. Тар мағынадағы түсінік ғаламтор желісіндегі ақпарат үшін

қолданылатын бейвербалды құралдар жүйесіне, таңбалар, символдар, кодтарға қатысты түсіндірілсе, кең мағынадағы ұғым бейвербалды амалдардың «бейвербалды әрекетпен» бірдейлестігі дәрежесінде қарастырылады. Жоғарыда келтірген алаш зиялылары А. Байтұрсынұлының, Ж. Аймауытұлының, М. Жұмабайұлының пікірлері осыған (кең мағынадағы түсінікке) саяды.

Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдарды зерттеудің тіл білімі үшін өзекті екендігі сөзсіз. Бұл әлеуметтік желіде тілдік үнемдеу құбылысымен байланысты жүзеге асып, экспрессияны білдіреді және ғаламтордағы жанрлық құрылымдардың дамуына байланысты желідегі бейвербалды құралдар да сапасы мен мазмұны жағынан күрделене түсуде.

Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдар эмотикондардан немесе «смайликтерден» басталады. Смайликтер деп күлімсіреген адамның бет-әлпетін графикалық бейнелеуді айтады. Әдетте сары түске боялған бет-әлпет, көз орнындағы қос нүктесі және ауызды білдіретін қара доғасы бар. Смайлик сөзі кез келген эмотиконды білдіретін жалпы термин ретінде жиі қолданылады. Эмотикон өз кезегінде эмоцияны білдіретін пиктограмма болып табылады.

Алғашқы смайликтер желі қолданушылардың эмоциясын білдіру үшін пайда болған. Америкалық белгілі компьютер маманы Скотт Эллиот Фахлман комикстерге арналған таңбалар жиынтығын пайдалануды ұсынады. Мысалы:-) оңға бұрып, дөңгелектер қоршасаңыз, күліп тұрған адамның бет-әлпетін көресіз: . Ал егер жақшаны керісінше қойған жағдайда жағымсыз эмоцияны білдіретін адамның бет-әлпетін көруге болады:-).

Сөйтіп, алғашқы смайликтер 1982 жылғы 19 қыркүйекте пайда болды. АҚШ-тағы Пенсильвани штатының Питсбург қаласындағы Карнеги-Меллон университетінің профессоры Скотт Эллиот Фахлман жазған хабарламасы мынадай болған:

19-Sep-82 11:44 Scott E Fahlman «:-)»

From: Scott E Fahlman

I propose that the following character sequence for joke markers: «:-)»

Қазақшасы: Күлдіргі хабарламалар үшін мынадай символдар жиынтығын пайдалануды ұсынамын: «:-)»

Күлімсіреген бұл смайл коммуникацияға қатысушылардың барлығына ортақ және қарапайым әрі түсінікті болды, сондықтан оның мағынасын түсіндіріп жатудың қажеті болмады. Смайл көп жағдайда қызмет ете алады: көтеріңкі көңіл-күйді білдіреді, қатаң әңгімені жұмсарты алады, әңгімелесушіге деген жақсы ниетін білдіре аласың т.т.

Флиндерс Университеті психология мектебінің ғалымы, доктор Оуэн Чёрчез көпшіліктің смайлды қалай қабылдайтындығын зерттей отырып, смайлды көрген адамның нақты күлімсіреген адамды көргенде болатын миының бөлігі қызметінің артатындығын келтіреді (Seiter, 2020).

Әлеуметтік желілерде танымал болған келесі бір смайл «Қуаныш көз жасы» – 😄. Twitter-дің мәліметі бойынша, бұл смайл 14,5 миллиард рет басылған екен, демек, ең көп қолданылатын смайликтердің қатарында. Түрлі мағыналарды білдіру үшін жұмсалады:

көңілділік, әзіл-қалжың, ирония т.б. (Эмотикон, 2022).

Мағынасы жағынан түсіну қиынға соғатын смайликтер де кездеседі, мысалы: маймылдар бейнеленген үш смайл. Оның шығу төркіні будда идеясындағы зұлымдық жайындағы пікірлерге апарады. Әрине, олардың қолданылу жиіліктері де жоғарыдағылармен салыстырғанда төмен.

Қазіргі пайдаланылатын эмотикондарға мысал ретінде Димаш Құдайбергеннің бейнебаянының астына жазылған коментарийлерді келтірейік:

- Құтты болсын, Димаш! Өте әдемі ән және бейнебаян! Әбден жыладым 🙏🏻

- Класс 👍

- Самый лучший во всей вселенной! 🌌 ⭐

- Димаш, енбегін жана берсін... 🙏🏻 🙏🏻

Басқа да түрлі тақырыптарды қамтитын эмотикондар:

- Сүйінші 🎉

- Бәрекелді 🙌🙌🙌🙌🙌🙌

- Сіздер де тілекші болыңыздар! 🙏🏻

- Сізге жараспайды семірген 🍷...

- Жаңа «өнерімді» бағалап жіберіңіздер, ағайеен 🤔🤔

- Рецебі құпия 🤫

- Гука, мерекен құтты болсын! 🥰🥰🥰 және т.т. (2023 ж. 16 қараша) <http://surl.li/rmivl>

Қазіргі таңда эмотикондарды көптеген зерттеушілер мағынасына қарай бірнеше топқа бөліп қарастырады: сезім эмотикондары, әрекет эмотикондары, персонаж эмотикондары (Ескермесова, 2022). Төменде соларды жинақтап кесте түрінде келтіреміз.

1-кесте. Эмотикондардың мағыналық топтары

Эмотикондардың мағынасы					
Сезім эмотикондары		Әрекет эмотикондары		Персонаж эмотикондары	
берілуі	түсініктемесі	берілуі	түсініктемесі	берілуі	түсініктемесі
1	2	3	4	5	6
: -)	күлімсіреу, қуану	: -)	көз қысу	8 -)	көзілдірікті адам
=)		: ;)		B -)	
:)					
: -(	мұңаю, қайғыру	: -Q	темекі тарту	O : -)	періште
= (					
{ = "					
- (					
: -	ойлану	: - P	тілін шығару	%)	жынды, есі ауысқанды білдіру
		: - p			
		: - Ъ			
: - D	күлкі	: - *	сүю	: - E	вампир
: D					

O	тамсану	{}	құшақтау	:-F	бір азу тіссіз вампир
**					
**					
XD	көзді жұмып күлу	;	ынтығу,	::-)	мутант
xD			құштарлықпен сую		
:-C	қатты қамығу,	:_C	жылау	[:]	робот
:C	қынжылу	:-C			
		: 'C			
		:*(			
:-/	наразылық,	:-@	бақыру, айғайлау	==<:-)	сиқыршы
:-\	абдыраушылық немесе реніш				
:-0	таңғалу (ашық ауыз)	:-X	сыр білдірмеу, үн қатпау	o-) O-)	циклон
:O					
O:					
o_O	таңғалу	:-!	жиіркену, лоқсу	:-][	бассүйек
oO					
:-e	көңілі қалу			:-?	түтік тартып жатқан кісі
8-O	қатты таңғалу			Θ:-)	елік, марал
=-O	(ашылған ауыз, бақырайған көз)			3:-)	
:-[]	қатты таңғалу (салбырап қалған жәк)			*:O)	клоун, сайқымазақ
:-[	абыржу, ұялу			:*)	мас немесе ұялғаннан қызару
>:	табалай күлу				
-D					
};->	мысқылдау				
];->					
: ' -)	қатты күлу, ішек- сілесі қатып күлу				
: ' -D					
D-:	ашулану, ызалану				

Қазіргі әлеуметтік желілерде эмотикондар, смайликтер коммуниканттардың түрліше көңіл-күйлерін білдіру үшін қолданылады, олардың саны да, эмоциялық мазмұны мен түрі де артып келеді.

Кейбір зерттеушілер ғаламтор тіліндегі бейвербалды амалдардың қатарына тыныс белгілерді де қосады.

Г.А. Ескермесо́ва эмотикондар мен тыныс белгілерінің әлеуметтік желідегі байланысын сөз ете отырып, желілерде қолданылу әлеуеті күшті тыныс белгілерін былай топтайды: интерробанг белгісі, мысқыл белгісі, риторикалық сұрау белгісі, келісім белгісі, махаббат белгісі, сенімділік белгісі, күмәнділік белгісі, келеке белгісі, беделділік белгісі, снарк белгісі, астериск, үтірлі леп және сұрау белгісі (Ескермесо́ва, 2022).

Эмотикондардың қалыптасуына тыныс белгілерінің ықпалы бар. Қазіргі таңда желілердің, мессенджерлердегі жазбалардың басым көпшілігінде эмотикондардың мәтін соңы тыныс белгілерінің орнын ауыстырып келе жатқаны шындық. Бұл әлеуметтік желі тілінің ауызша және жазбаша қатынастың аралығынан туындайтын өзіндік қатынас ортасы екендігін тағы бір дәлелдейді. Ауызша қатынасқа экспрессивтілік пен эмоцияның тән екендігі белгілі. Ғаламторда эмотикондарды қолдану коммуниканттардың ауызша сөйлесіміндегі көңіл-күйін жазбаша қатынаста берудің ең өнімді тәсіліне айналды.

Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдардың қатарында стикерлер, мемдер жатады. Келесі тараушаларда осы тақырыптарға арнайы тоқталатындықтан жалпы шолу ретінде айта кетеміз.

Стикерлер – желі қолданушысының көңіл-күйі мен эмоциясын беруге арналған графикалық бейнелеулер. Көп жағдайда стикерлер смайлдардың логикалық жалғасы болып саналады, олардың өзгешелігі – неғұрлым көркем, мәнерлі етіп бейнеленуінде. Стикерлер күрделі эмоцияны білдіреді.

Қазіргі кезде мемдер де (Интернет-мемдер) бұқаралық мәдениеттің ажырамас бөлігіне айналды. Бейвербалды қарым-қатынас құралы ретінде мемдер коммуниканттардың графикалық бейнеленген мемдермен бөлісуінен көрінеді. Олар түрлі эмоцияларды, әртүрлі қоғамдық-әлеуметтік тақырыптарға қатысты коммуниканттың көзқарасын, сезімін білдіру үшін қолданылып, тілдік құралдардың орнында жүреді. Сондай-ақ, сөзбен келетін мемдер де болады, бұл олардың құрылымдық жағынан түрлі екендігін көрсетеді.

Қорытынды

Қорыта келгенде, жалпы бейвербалды амалдар қарым-қатынас барысында өте көп ақпарат алуға болатын қатынастың ерекше құралы.

Қазіргі кезде әлеуметтік желілердің күнделікті тұрмысымызға қарқынды енуі Интернет-қатынас тіліндегі тілдік және бейвербалды амалдарды көбейтті және оларды графикалық және мазмұндық жағынан түрлендіре түсті. Интернет-қатынастың бейвербалдылыққа шындап бет бұруы таңбалау құралы ретінде эмотикондардың, графикалық және креолдылықтың пайда болуымен сипатталады, эмотикондар мен стикерлер, демотиваторлар, мемдер, комикстер т.б. таңбалар бейне бір «вирус» тәрізді ғаламтор мен әлеуметтік желілерде кеңінен тарап кетті.

Әлеуметтік желіде бейвербалды құралдар экспрессивтілік пен эмоцияны білдіру үшін қолданылады. Уақыт өткен сайын олар қамтитын тақырыптар да, образдар да көбейе түсуде. Әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдар уақыт ағымына сай өзгеріп отырады, жаңа мағыналық реңктерге ие болады.

Мүдделер қақтығысы, алғыс айту және қаржыландыру туралы ақпарат

Мақала бойынша мүдделер қақтығысы жоқ.

Авторлардың қосқан үлесі. Курманбекова Зульфия Рахматдилдаевна – зерттеу тақырыбы мен мақсатын анықтап, тұжырымдамалық негізін жасады. Ғылыми әдебиеттерге

шолу жасап, зерттеудің теориялық бөлігін жазды. Мақаланың құрылымын жоспарлап, қорытынды бөлімді әзірледі және соңғы редакциялау мен бекіту жұмыстарына жетекшілік етті. Жариялау үшін мақала нұсқасын бекітті және жұмыстың барлық аспектілері үшін жауапкершілікті өзіне алды.

Макулова Лаура Тулегеновна – зерттеу материалдарын жинақтады, әлеуметтік желідегі бейвербалды құралдарды іріктеу және талдау жұмыстарын жүргізді. Эмотикондардың қызметі мен прагматикалық ерекшеліктерін сипаттап, мәтіннің эмпирикалық және аналитикалық бөлігін жазды. Мақаланың мазмұнын сыни тұрғыдан қарап, өңдеуге қатысты.

Сарсембаева Мирамкуль Қоныратбаевна – мақаланың лингвистикалық терминологиясын нақтылап, қолданылған әдістер мен дереккөздерге талдау жүргізді. Ғылыми стиль мен мәтін тұтастығын қамтамасыз етті, әдебиеттер тізімін рәсімдеді және терминологиялық бірізділікті қадағалады. Мақаланың барлық бөліктерінің деректік дұрыстығын тексеруге атсалысты.

Барлық авторлар зерттеу жұмысының мазмұны мен нәтижелеріне толық жауапкершілік алып, мақаланың соңғы нұсқасын жариялауға бірауыздан келісім берді.

Әдебиеттер тізімі

Алдашев, Н. (1996). *Қазіргі қазақ тіліндегі қысқарған сөздер* (Автореф. дис. канд. филол. наук). Алматы.

Аймауытұлы, Ж. (1995). *Психология*. Алматы: Рауан.

Байтұрсынұлы, А. (2003). *Әдебиет танытқыш*. Алматы: Атамұра.

Войсқунский, А. Е. (2015). Концепции зависимости и присутствия применительно к поведению в Интернете. *Медицинская психология в России*, 4(33), статья 6. <http://mpri.ru>

Голев, Н. Д. (2012). Письменная коммуникация новейшего времени: основные векторы развития. *Вестник Томского государственного университета. Филология*, 2(18), 5–17.

Ескермесова, Г. А. (2022). *Қазіргі пунктуация: функциясы мен коммуникативтік-прагматикалық әлеуеті* (Дисс. на соискание степени PhD). Алматы.

Жұмабаев, М. (1992). *Педагогика*. Алматы: Ана тілі.

Мағжан, С. (2007). *Қазақ тіліндегі бейвербалды элементтердің көп мағыналылығы* (Автореф. дис. канд. филол. наук). Алматы.

Момынова, Б., & Бейсембаева, С. (2003). *Қазақ тіліндегі ым мен ишараттың қазақша-орысша түсіндірме сөздігі*. Алматы: Қазақ университеті.

Муканов, М. М. (1972). Этнопсихологическая специфика невербальных коммуникативных знаков. В *Психология. Интеллект и речь* (Вып. 2, с. 114–118). Алматы.

Сәрсек, Г. (2019). Компьютерге негізделген коммуникацияның лингвистикалық мінездемесі. III. *Уәлиханов атындағы КМУ хабаршысы. Филология сериясы*, (4), 100–105.

Эмотикон. (2022, 24 июня). *Википедия*. <https://clck.ru/39hCoH>

Seiter, C. (2020, 20 января). *7 reasons to use emoticons in your writing and social media, according to science*. <https://blog.bufferapp.com/7-reasons-use-emoticons-writing-social-media-according-science>

Wajahat, A. (2024). Social media and its impact on non-verbal communication. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(3). <https://www.ijfmr.com/papers/2024/3/23102.pdf>

Невербальные средства в языке социальных сетей

Аннотация. В статье рассматриваются эмодиконы как важный аспект коммуникации в социальных сетях. На основе научных исследований приводится определение эмодиконов. Эмодиконы способствуют раскрытию и пониманию целей общения пользователей интернета. В настоящее время стремительное проникновение социальных сетей в повседневную жизнь увеличило количество невербальных средств в языке интернет-коммуникации и трансформировало их как в графическом, так и в содержательном плане. Появление эмодиконов, визуальных и креольных маркеров, стикеров, демотиваторов, интернет-мемов и персонажей комиксов отражает переход интернет-коммуникации к невербальному общению. Научная новизна работы заключается в том, что впервые невербальная информация рассматривается как основной способ передачи настроений и эмоций в процессе интернет-коммуникации на казахском языке. Впервые на казахскоязычных платформах используются такие элементы, как эмодиконы (смайлики), демотиваторы и советующие сообщения (advisors).

Ключевые слова: коммуникация в социальных медиа, невербальные средства, эмодиконы, смайлики, стикеры.

Z.R. Kurmanbekova¹, L.T. Makulova^{*2}, M.K. Sarsembayeva³
M.Kh. Dulaty Taraz University, Taraz, Kazakhstan

Nonverbal techniques in social network language

Abstract. The paper highlights emoticons, which are an important aspect of social networking communication. The definition of emoticons was offered in this paper, which was based on scientific research. Emoticons help to uncover and comprehend the goal of the netizen conversation. Nowadays, the fast penetration of social networks into our daily lives has expanded the quantity of nonverbal techniques in internet communication language and modified them graphically and by content. The advent of emoticons, visual and creole as a way of marking, emoticons and stickers, demotivators, internet memes, and characters such as comics reflect the internet's transition to nonverbal communication.

The paper's scientific novelty is the first consideration of nonverbal information as the primary technique of transferring moods and emotions in the process of internet communication in Kazakh language. For the first time, features such as emoticons (emojis), demotivators and advisors are incorporated into Kazakh language resources.

Keywords: social media communication, nonverbal tools, emoticons, smileys, stickers.

References

- Aldashev, N. (1996). *Kazirgi kazak tilindegi kyskargan sozder* [Abbreviated words in the modern Kazakh language] (Extended abstract of candidate's dissertation). Almaty. [in Kazakh]
Aimaulytuly, Zh. (1995). *Psikologiia* [Psychology]. Almaty: Rauan. [in Kazakh]
Baitursynuly, A. (2003). *Adebiat tanytkysh* [Introduction to literary studies]. Almaty: Atamura. [in Kazakh]

Voiskunskij, A. E. (2015). Kontseptsii zavisimosti i prisutstviia primenitelno k povedeniiu v Internetе [Concepts of addiction and presence in relation to online behavior]. *Meditinskaiia psikhologiya v Rossii*, 4(33), Article 6. <http://mprj.ru> [in Russian]

Golev, N. D. (2012). Pis'mennaia kommunikatsiia noveishego vremeni: osnovnye vektory razvitiia [Written communication of the modern era: Main vectors of development]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, 2(18), 5–17. [in Russian]

Yeskermesova, G. A. (2022). *Kazirgi punktuatsiia: funktsiiasy men kommunikativtik-pragmatikalyk aleueti* [Modern punctuation: Functions and communicative-pragmatic potential] (Doctoral dissertation, PhD). Almaty. [in Kazakh]

Zhumabayev, M. (1992). *Pedagogika* [Pedagogy]. Almaty: Ana tili. [in Kazakh]

Magzhan, S. (2007). *Kazak tilindegi beiverbaldy elementterdin kop magynalylygy* [Polysemy of non-verbal elements in the Kazakh language] (Extended abstract of candidate's dissertation). Almaty. [in Kazakh]

Momynova, B., & Beisembaeva, S. (2003). *Kazak tilindegi ym men isharattyn kazaksha-orissha tusindirme sozdigi* [Kazakh–Russian explanatory dictionary of gestures and signs]. Almaty: Kazakh University. [in Kazakh]

Mukanov, M. M. (1972). Etnopsikhologicheskaiia spetsifika neverbalnykh kommunikativnykh znakov [Ethnopsychological specificity of non-verbal communicative signs]. In *Psikhologiya. Intellect i rech* (Issue 2, pp. 114–118). Almaty. [in Russian]

Sarseke, G. (2019). Kompiuterge negizdelgen kommunikatsiianny lingvistikalyk minezdemesi [Linguistic characteristics of computer-mediated communication]. *Sh. Ualikhanov atyndagy KМУ khabarshysy. Filologiya seriiasy*, (4), 100–105. [in Kazakh]

Emotikon. (2022, June 24). *Wikipedia* [Online encyclopedia]. <https://clck.ru/39hCoH>

Seiter, C. (2020, January 20). *7 reasons to use emoticons in your writing and social media, according to science*. <https://blog.bufferapp.com/7-reasons-use-emoticons-writing-social-media-according-science>

Wajahat, A. (2024). Social media and its impact on non-verbal communication. *International Journal for Multidisciplinary Research*, 6(3). <https://www.ijfmr.com/papers/2024/3/23102.pdf>

Авторлар туралы мәлімет:

Курманбекова Зүлфия Рахматдилдаевна – PhD докторы, М.Х. Дулати атындағы Тараз университеті, Тараз, Қазақстан. E-mail: kurmanbekovazulfia02@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2110-9027>.

Макулова Лаура Тулегеновна – хат-хабар үшін автор, филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, М.Х. Дулати атындағы Тараз университеті, Тараз, Қазақстан. E-mail: makulovalaura@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4519-2686>.

Сарсембаева Мирамкуль Қоныратбаевна – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, М.Х. Дулати атындағы Тараз университеті, Тараз, Қазақстан. E-mail: S_mira72@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9746-3455>.

Курманбекова Зүлфия Рахматдилдаевна – доктор философии (PhD), Таразский университет имени М.Х. Дулати, Тараз, Казахстан. E-mail: kurmanbekovazulfia02@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2110-9027>.

Макулова Лаура Түлегеновна – автор для корреспонденции, кандидат филологических наук, доцент, Таразский университет имени М.Х. Дулати, Тараз, Казахстан. E-mail: makulovalaura@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4519-2686>.

Сарсембаева Миранкуль Коныратбаевна – кандидат филологических наук, доцент, Таразский университет имени М.Х. Дулати, Тараз, Казахстан. E-mail: S_mira72@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9746-3455>.

Kurmanbekova Zulfiya Rakhmatdildayevna – PhD, M.Kh. Dulaty Taraz University, Taraz, Kazakhstan. E-mail: kurmanbekovazulfia02@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2110-9027>.

Makulova Laura Tulegenovna – corresponding author, Candidate of Philology, Associate Professor, Dulati Taraz University, Taraz, Kazakhstan. E-mail: makulovalaura@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4519-2686>.

Sarsembayeva Miramkul Konyratbayevna – Candidate of Philology, Associate Professor, Dulati Taraz University, Taraz, Kazakhstan. E-mail: S_mira72@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9746-3455>.



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>).