

Карина Манасқызы Курмантай^{1*}, Бағдан Қатайқызы Момынова²^{1*} автор-корреспондент, докторант, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., ORCID: 0009-0008-8881-2543 E-mail: kurmantaykarina@mail.ru² филология ғылымдарының докторы, профессор, Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., ORCID: 0000-0002-9354-233X E-mail: momynova_b@mail.ru**ҚАЗІРГІ МЕДИАМӘТІННІҢ МУЛЬТИМОДАЛЬДЫ ТАБИҒАТЫ
(ҒЫЛЫМИ ӘДЕБИЕТТЕР НЕГІЗІНДЕ КОНТЕНТ-ТАЛДАУ)**

Аңдатпа. Мақалада қазіргі медиамәтін теориясындағы мультимодальдылық мәселесі медиалингвистика, семиотика және дискурс теориясы тоғысындағы өзекті ғылыми бағыттардың бірі ретінде қарастырылады. Зерттеудің мақсаты – ғылыми әдебиеттер негізінде қазіргі медиамәтіннің мультимодальды табиғаты туралы қалыптасқан теориялық тұжырымдарды жүйелеу, мультимодальдылық ұғымының мазмұнын айқындау және оның медиакommunikацияны түсіндірудегі ғылыми-әдіснамалық маңызын анықтау. Зерттеу барысында 2011-2025 жылдар аралығында жарияланған отандық және шетелдік ғылыми еңбектерге контент-талдау жүргізіліп, мультимодальдылықтың медиамәтіннің поликодты, көпарналы және интегративті сипатын түсіндірудегі орны сараланды. Нәтижесінде қазіргі медиамәтін теориясында мультимодальдылықтың вербалды, визуалды, аудиалды және технологиялық компоненттердің өзара әрекеттесуіне негізделген күрделі семиотикалық жүйе ретінде қарастырылатыны анықталды. Сонымен қатар мультимодальдылық ұғымының медиамәтіннің құрылымдық ұйымдасуын, мағына тудыруын және ақпаратты қабылдау ерекшеліктерін түсіндіретін маңызды теориялық категориялардың бірі екендігі айқындалды. Зерттеу нәтижелері медиамәтіннің мультимодальды табиғатын ғылыми тұрғыдан пайымдауға және осы бағыттағы теориялық ізденістерді жүйелеуге мүмкіндік береді. Мақаланың практикалық маңызы оның теориялық қорытындыларын жоғары оқу орындарында «Медиалингвистика», «Медиамәтін теориясы», «Мультимодальды коммуникация», «Цифрлық журналистика» пәндерін оқыту барысында оқу-әдістемелік материал ретінде қолдану мүмкіндігімен өзектеледі.

Тірек сөздер: медиамәтін; мультимодальдылық; мультимедиа; семиотика; медиакommunikация.**Сілтеме жасау үшін:** Курмантай К.М., Момынова Б.Қ. Қазіргі медиамәтіннің мультимодальды табиғаты (ғылыми әдебиеттер негізінде контент-талдау). *Tiltanyim*, 2026. №2 (102). 247-264-бб.DOI: <https://doi.org/10.55491/2411-6076-2026-2-247-264>**Карина Манасовна Курмантай^{1*}, Бағдан Катаевна Момынова²**^{1*} автор-корреспондент, докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, ORCID: 0009-0008-8881-2543 E-mail: kurmantaykarina@mail.ru² доктор филологических наук, профессор, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, ORCID: 0000-0002-9354-233X E-mail: momynova_b@mail.ru**МУЛЬТИМОДАЛЬНАЯ ПРИРОДА СОВРЕМЕННОГО МЕДИАТЕКСТА
(КОНТЕНТ-АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ)**

Аннотация. В статье проблема мультимодальности в современной теории медиатекста рассматривается как одно из актуальных научных направлений на пересечении медиалингвистики, семиотики и теории дискурса. Цель исследования заключается в систематизации сложившихся в научной литературе теоретических представлений о мультимодальной природе современного медиатекста, определении содержания понятия мультимодальности и выявлении его научно-методологического значения для понимания медиакommunikации. В ходе исследования был проведён контент-анализ отечественных и зарубежных научных работ, опубликованных в период с 2011 по 2025 годы, что позволило определить место мультимодальности в объяснении поликодового, многоканального и интегративного характера медиатекста. В результате установлено, что в современной теории медиатекста мультимодальность рассматривается как сложная семиотическая система, основанная на взаимодействии вербальных, визуальных, аудиальных и технологических компонентов. Кроме того, выявлено, что понятие мультимодальности является одной из важнейших теоретических категорий, объясняющих структурную организацию медиатекста, механизмы смыслообразования и особенности восприятия информации. Полученные результаты способствуют научному осмыслению мультимодальной природы медиатекста и систематизации теоретических исследований в данном направлении. Практическая значимость статьи заключается в возможности

использования ее теоретических выводов в качестве учебно-методического материала при преподавании в высших учебных заведениях дисциплин «Медиалингвистика», «Теория медиатекста», «Мультимодальная коммуникация» и «Цифровая журналистика».

Ключевые слова: медиатекст; мультимодальность; мультимедиа; семиотика; медиакommunikация.

Для цитирования: Курмантай К.М., Момынова Б.К. Мультимодальная природа современного медиатекста (контент-анализ на основе научной литературы). *Tiltanyim*, 2026. №2 (102). С. 247-264. (на каз. яз.)

DOI: <https://doi.org/10.55491/2411-6076-2026-2-247-264>

Karina Kurmantay^{1*}, Bagdan Momynova²

^{1*}Corresponding Author, Doctoral Student, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, ORCID: 0009-0008-8881-2543 E-mail: kurmantaykarina@mail.ru

²Doctor of Philological Sciences, Professor, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan, Almaty, ORCID: 0000-0002-9354-233X E-mail: momynova_b@mail.ru

MULTIMODAL NATURE OF CONTEMPORARY MEDIA TEXTS (A CONTENT ANALYSIS OF SCHOLARLY LITERATURE)

Abstract. The article examines multimodality in contemporary media text theory as one of the relevant research directions at the intersection of media linguistics, semiotics, and discourse theory. The aim of the study is to systematize theoretical approaches to the multimodal nature of contemporary media texts presented in scientific literature, to clarify the content of the concept of multimodality, and to determine its methodological significance for understanding media communication. The study employs content analysis of domestic and international scholarly publications published between 2011 and 2025, enabling an examination of the role of multimodality in explaining the polycode, multichannel, and integrative nature of media texts. The findings demonstrate that contemporary media text theory conceptualizes multimodality as a complex semiotic system based on the interaction of verbal, visual, auditory, and technological components. Furthermore, multimodality is identified as one of the key theoretical categories for explaining the structural organization of media texts, mechanisms of meaning-making, and the specific features of information perception. The results contribute to a deeper scientific understanding of the multimodal nature of media texts and facilitate the systematization of theoretical research in this field. The practical significance of the article lies in the possibility of using its theoretical findings as teaching and methodological material in higher education institutions for courses such as Media Linguistics, Media Text Theory, Multimodal Communication, and Digital Journalism.

Keywords: media text; multimodality; multimedia; semiotics; media communication.

For citation: Kurmantay, K., Momynova, B. Multimodal Nature of Contemporary Media Texts (a Content Analysis of Scholarly Literature). *Tiltanyim*, 2026. No.2 (102). Pp. 247-264. (in Kazakh)

DOI: <https://doi.org/10.55491/2411-6076-2026-2-247-264>

Кіріспе

Медиамәтін – ақпаратпен қамти отырып қоғамдық сананы қалыптастыратын, құндылықтарды дәріптеп, пікір қалыптастыруға негіз болатын жетекші коммуникативтік тетіктердің бірі ретінде қашанда маңызды зерттеу алаңы және осы мақсатта әртүрлі қырынан зерттеліп келеді. Бүгінгі медиа ортада мәтін ұғымы сөзден, бейнеден, дыбыстаудан, графикалық рәсімдерден, интерфейстен, гиперсілтемелерден т.б. құралған күрделі құрылым ретінде танылады. Ендігі ретте медиамәтінді тек вербалды компонент ретінде қарастыру жеткіліксіз. Оның нені жеткізетіндігі ғана емес, жеткізілу ерекшеліктері мен жеткізу құралдарының өзара үндесім-үйлесімі де маңызды фактор ретінде таныла бастады. Мәтіннің қандай арнада берілгені, модусы (modus – медиамаңатінде мағына жасауға қатысатын ұсыну арнасы, форма немесе семиотикалық тәсіл) және реципиентке (recipient – медиамаңатін контекстінде тұтынушы адресат, яғни оқырман, көрермен, тыңдарман) қалай ықпал ететіндігі өз алдына бөлек тақырып ретінде зерттеу нысанына айналып отыр. Мұндай бетбұрыстар медиалингвистика, дискурс, семиотика, прагматика, мультимодальды зерттеулерді тоғыстыратын жаңа теориялық көзқарастарға жол ашты (Grynuyuk, 2023; Елубаева және т.б., 2025).

Медиамаңатін вербалды және бейвербалды бірліктерді тұтас қамтиды. Зерттеудің өзектілігі – осы кодтардың үндесім табиғатын тану. Бұл ретте медиа код ұғымы маңызды. Медиа код – медиамаңатіндегі таңбалар, белгілер, бейнелер, дыбыстар, тілдік формалар, техникалық тәсілдер жүйесі, яғни, медиа бірліктер. Медиамаңатін әртекті компоненттерден құралатындықтан, оны құрайтын медиа кодтар бірнеше семиотикалық қабаттарға ажыратылады: вербалды код (тақырып, сөз, лексика) және бейвербалды кодтар (визуалды кодтар: түс, кадр, композиция,

символ, фото; аудиалды кодтар: музыка, дауыс ырғағы, дыбыс әсері), бұдан бөлек техникалық код (монтаж, камера бұрышы, жарық, графика).

Бейвербалды бірліктер – қарым-қатынас пен мағына жасау жүйесіндегі тілдік емес (сөзсіз, вербалды емес) коммуникациялық амалдық компоненттер. Ол жеке дара коммуникациялық категория ретінде танылғанымен, медиамәтін ішінде автоматты түрде медиа кодқа айналады.

Ал *медиа код* дейтін жеке дара категория жоқ. Медиа код – медиамәтін ішіндегі жекелеген вербалды, бейвербалды немесе техникалық компоненттерге немесе осылардың жиынтығына берілген жалпылама атау. Ол жеке дара табиғи негізі бар бірлік болып табылмайды. Яғни, медиа код дербес табиғи белгі не бірлік емес, медиамәтіндегі әртүрлі таңбалық жүйелердің ұйымдасу принципін білдіретін аналитикалық ұғым. Бұл тұрғыдан алғанда, *медиа кодты* жеке дара табиғи негізі бар дербес бірлік ретінде емес, медиамәтін ішіндегі вербалды, бейвербалды, техникалық және платформалық компоненттердің мағына жасауға қатысуын сипаттайтын жинақтаушы аналитикалық ұғым ретінде түсіну қажет (Ильичева, Карпиевич, 2019; Лушинская, 2019; Рацибурская, Бусарева, 2021).

Қысқаша айтқанда, бейвербалды бірлік медиа кодпен толық теңестірілмейді, ол медиамәтіннің кодтық құрылымын құрайтын семиотикалық компоненттердің бірі ретінде қызмет етеді. Ал жеке дара алып қарағанда, вербалды немесе бейвербалды бірліктердің табиғи негізі мен қолданылу аясы медиамәтін ішінде «медиа код» ретінде қызмет етуден әлдеқайда ауқымды (Harrison, 1989).

Жалпы медиамәтін мен медиа код түсіндірмесіне, теориясына қатысты зерттеулер осындай тұжырым аясында тоғысады. Медиа бірлік дейтін дербес бір компонент жоқ, ол жинақтаушы аналитикалық ұғым, атау. Осыған байланысты медиамәтінді құрау үшін, мағына жасауға қатысатын бірліктердің кез келген үлгісі «медиа код» ретінде танылады. Ал медиамәтін жасауға қатысқан және осылайша медиа код ретінде танылған вербалды, бейвербалды, технологиялық компоненттер, шындығында, жалғыз медиа ортаға тәуелді емес, жеке бір дербес категориялар.

Медиамәтін ұғымын ашу ең әуелі оның интегративті табиғатын түсінуден басталса керек. Автор Рябуха, медиамәтінді медиа әлемнің дискретті құрамдас бөлшегі ретінде қарастыра отырып, әртүрлі семиотикалық кодтардың бір коммуникативтік тұтастыққа жұмыс істеуін атайды (Рябуха, 2020: 72). Осыған бір табан жақын анықтаманы Лушинская да жазады. Автордың пікірінше, медиамәтін – вербалды компонентпен қатар визуалды және өзге де бейвербалды құрамдастарды қамтитын, ақпаратты әртүрлі арнамен жеткізетін коммуникациялық өнім (Лушинская, 2019: 32).

Медиамәтін ұғымы көпқабатты, кең мағыналы біртұтас жүйе ретінде танылады. Авторлар Ақабаева мен Абикиенова (2022) қазіргі заманауи медиадағы медиамәтіннің интеграцияланған жаңа сипаттарын қарастыра келе, оның әсер ету тетігі ақпаратты ұсыну тәсіліне де тәуелді екенін жазады. Осындай пікірлерге сүйене отырып, аталмыш «ұсыну тәсілі» контекстінің дәл осы медиа бірліктердің үйлесу механизмін тіке меңзейді деп айту орынды. Яғни, медиамәтін дәстүрлі ақпарат жеткізу мәнерін толықтыра түсті. Сөзді кадрмен, дыбыспен, монтажбен, графикамен үйлестіре білетін қуатты құралға айналды десек болады.

Медиамәтіннің қазіргі таңдағы күрделене түскен, интеграцияланған табиғатын түсіну үшін *поликод, мультимодальдылық* ұғымдарын түсіну шешуші мәнге ие. Зерттеушілер Рацибурская мен Бусарева, поликодтылықты заманауи медиамәтіннің негізгі сипаттарының бірі ретінде көрсетеді (Рацибурская, Бусарева, 2021). Олар мәтіндегі әртекті кодтардың жай кездейсоқ негізде қатар ұшыраспайтындығын, ол жаңа экспрессивті әсер тудыратын, қабылдауды жылдамдатып, назарды басқаруға ықпал ететін тұтастық екенін жазады. Яғни, поликодтылық тек мәтінге сурет, графика секілді көрнекіліктер енгізу емес, коммуникация құрылымын өзгерту, ақпаратты толыққанды сипаттау құралы ретінде қарастырылады.

Зерттеуші Бральнин, *креолды мәтін* (сөзді және визуалды компоненттердің үйлесімі негізінде ұсынылатын поликодты мәтін түрі) және *мультимодальды мәтін* (сөзді, бейнелі, акустикалық және медиа техникалық компоненттердің біртұтас семиотикалық жүйе ішінде ұйымдаса келе қалыптастыратын мәтін түрі) секілді мәтіндердің құрылымдық компоненттерін саралай отырып, медиамәтіннің ішкі бірліктерінің өзара әрекеттесуінің, үндесім ішінде қызмет

атқаруының бірнеше типтерін анықтайды. Бұлар: *комплементарлы, редупликациялық, айырмалаушы, транспозициялық, кеңістіктік, темпоралды, регулятивті, антагонисттік және резонанстық қатынастар* (түпнұсқада: «комплементарное, редупликационное, различительное, транспозиционное, пространственное, темпоральное, регулятивное, антагонистическое и резонансное взаимодействия») (Бральнин, 2024: 4-6).

Автор жіктеп отырған медиамәтіндегі бірліктердің өзара қатынасуы бір ғана үлгімен шектелмейтінін көрсетеді. Кей жағдайда бейне сөз мағынасын нақтылайды, кей тұста сөз бен визуалды бірлік бір-бірін қуаттаушы, енді бірде бұлардың арасында контраст-қайшылық туындап, жаңаша бір мән мен мағынаға нұсқау жасап жатады. Сондықтан медиамәтінді түсіну оның құрамын қалыптастыратын ішкі бірліктері мен құралдарын бөлек-бөлек сипаттаумен емес, осы ішкі компоненттердің өзара қатынас логикасын, үндесу нүктелерін ашумен тіке байланысты.

Ильичева мен Карпиевич, медиамәтін әртүрлі семиотикалық кодтарды коммуникативтік мақсат аясында біріктіруді көздейтінін жазады және қазіргі медиа ұсынатын мәтіндерде вербалды, визуалды, аудиовизуалды компоненттер бір ортақ мағыналық кеңістікте модельденетінін жазады (Ильичева, Карпиевич, 2019). Бұл пікір медиамәтін құрылымын әрекет үстіндегі модель ретінде танытса керек. Яғни, мәтін компоненттері бір-бірінің орнын баспайды, не бір-біріне кедергі тудырып кереғар жүрмейді, керісінше мәтін арқалаған семантикалық жүктемелерді өзара бөлісіп отырады. Вербалды компонент фактуалды мазмұнды, аргументативті логикалық желіні және дискурстық фокусты қамтамасыз етеді дейтін болсақ, визуалды және дыбыстық қабаттар эмоционалды фонды, эстетикалық-көрнекі әсерді, кеңістік пен уақыт қатынасын реттеп отырады.

Махіменко және әріптес соавторларының пайымдауынша гетерогенді (әртүрлі компонентті) экрандық мәтіндер қазіргі цифрлық дәуірдегі тұтынушы ерекшеліктерін ескеру мен осы цифрлық дәуір ұсынатын мүмкіндіктерге иек артудың заңды үдерісі екенін жазады. Зерттеушілер веб-парақтың бүгінгі таңда поликодты, полимодальды мәтін мен гипермәтіннің араласқан гибридіне айналғанын, мұндай медиамәтіндік құрылымның реципиентке (тұтынушыға) бір мезетте бірнеше сезім арнасы арқылы ықпал ететінін және ақпаратты цифрлық дәуір тұтынушыларының толыққанды қабылдауына лайық деңгейде беретінін атап өтеді (Махіменко және т.б., 2020). Авторлардың пайымдауынша, сол бұрынғы мәтін бүгінгі цифрлық ортада аудио-визуалды поликодты құрылымдарды бір ортаға біріктіретін толыққанды гетерогенді бірлікке айналған. Бейвербалды бірліктер вербалды бірліктің жай бір қосымшасы емес, оның семантикасын кеңейтетін, қабылдауды жеңілдететін және ақпараттың көп өлшемді бейнесін жасайтын байланыстырушы материал ретінде түсіндіріледі. Сондықтан медиа ортадағы вербалды және бейвербалды бірліктердің өзара үндесімін зерттеу табиғи коммуникацияны, қазіргі адам және қоғам психологиясы мен олардың коммуникациялық мүмкіндіктерін зерттеу секілді қосалқы тақырыптық қабаттарға да жол ашады. Жекелеген медиа формалардың бір ортада тоғысуы, мәтіннің құрылымын да, қабылдану әсерін де түбегейлі өзгертеді. Сондықтан медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды, медиа бірліктердің үйлесім механизмдерін зерттеу тек семиотикалық мәселе емес, технологиялық және институционалдық мәселелер ретінде де ортаға шығады. Яғни, қысқаша айтқанда, медиамәтін контекстінде поликодтылық, мультимодальдылық және конвергенция бір-бірімен байланысты, бірақ бірдей ұғымдар емес. Поликодтылық – мәтіннің ішкі таңбалық құрылымы. Мәтінді құрайтын әртүрлі (вербалды және бейвербалды) медиа бірліктер (кодтар). Осы кодтардың аралас қолданылып, «поликодты» мәтін құрауы. Мультимодальдылық – осы поликодты мағынаның әртүрлі модусқа (арна) бағыттала жасалуы. Конвергенция – осы әртүрлі тарату, жеткізу, әсер ету арналарының, платформалардың бірігу үдерісі.

Қорыта келгенде, «медиамәтін» дегеніміз – жалпы бұқаралық коммуникация кеңістігінде жасалатын және теледидар, газет, журнал, радио, интернет, әлеуметтік желі секілді көптеген медиа арналар арқылы таралатын ақпараттық-коммуникативтік біртұтас мәтін. Ол (медиамәтін) ескірген түсініктегі тек жазбаша не ауызша сөзден тұрмайды. Бүгінгі медиамәтін сөз, сурет, дыбыс, видео, графика, монтаж, дауыс ырғағы сияқты вербалды және бейвербалды элементтердің бірлігінен құралады. Осы себепті жаңалық, сұхбат, репортаж, жарнама,

телебағдарлама, подкаст, пост, сторис, видео, бәрі заманауи медиамәтінге жатқызылады. Қысқаша айтқанда, медиамәтін – бұқаралық ақпарат құралдары мен цифрлық медиа арналар арқылы көпшілік аудиторияға таралатын вербалды және бейвербалды, яғни визуалды, аудиалды және техникалық элементтер арқылы мағына жеткізетін мәтін түрі.

Медиадискурс қоғамдық өмірдің әртүрлі салаларын қамтитын динамикалық, коммуникациялық өріс болса, медиамәтін сол өрістің нақты материалды-физикалық түрде жүзеге асуын көрсетеді. Осы себепті медиамәтіндегі әрбір бірліктің қызметі айқын. Бұл бірліктер белгілі бір дискурстық мақсаттарға иек артады. Тақырыптан бастап, желілік интерфейске дейінгі элементтердің бірлесе жұмыс істеуі, олардың бірі артық, бірі кем болмайтындай теңестірілген арақатынасы, үйлесімді ұйымдастырылуы медиамәтіннің мазмұндық айқындығын ашуға қызмет атқарады.

Тақырыбымыздың негізгі лейтмотиві медиа бірліктердің қызметтік әрі мағыналық мәнін, өзара әрекеттесуін және бірлесе ұсынатын прагматикалық нәтижелерін анықтау.

Зерттеудің өзектілігі медиамәтінді лингвистикалық тұрғыдан ғана емес, кешенді полимодальды құбылыс ретінде зерттеу қажеттігін алға тартады және тақырыптың проблемалық ішкі түйіндерін қарастыруға күш салады.

Біз зерттеу барысында «Медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды және медиа бірліктер қандай қатынастар арқылы біртұтас мағына тудырады? Олардың тұтастық принципіне негізделген үйлесім механизмі қандай теориялық ұғымдармен түсіндіріледі?» деген сұрақтар аясында ғылыми жауап іздеуге тырыстық.

Зерттеудің мақсаты – медиамәтіндегі ішкі бірліктердің өзара үндесуін теориялық тұрғыдан жан-жақты талдау. Бұл мақсаттар аясында бірқатар міндеттер көзделді: а) медиамәтін ұғымының ғылыми интерпретацияларын жүйелеу; ә) поликодтылық, мультимодальдылық және конвергенция секілді ұғымдардың өзара байланысы мен айырмашылықтарын нақтылау және салыстыра талдау; б) вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің функциялық айырмашылығы мен түйісу нүктелерін белгілеу; в) тақырып аясында бұдан кейінгі эмпирикалық зерттеулерге негіз боларлық әдіснамалық мәселелерді айқындау.

Материал және әдістер

Зерттеу сапалық сипаты басым теориялық-эмпирикалық дизайнға негізделді. Материалдар ретінде 2011-2025 жылдар аралығында жарияланған 15 ғылыми дереккөз корпусы мақсатты түрде іріктеп алынып, аталмыш еңбектерге салыстырмалы контент талдау жасалды. Дереккөздер *журнал мақалалары, жүйелі шолу, конференциялық жарияланым, монографиялық тарау және диссертациялық зерттеу* секілді әртүрлі ғылыми жұмыстарды қамтиды. Дереккөздер тілдік тұрғыдан *қазақ, орыс, ағылшын* тілдерінде жария көрген және басым көпшілігі әлемдік ауқымды деректер базасында индекстелетін (мәселен *Scopus, WoS* т.б.) ғылыми мәтіндер болып табылады.

Дереккөздерді іріктеу үш өлшем негізінде атқарылды: а) медиамәтін, медиадискурс, мультимодальдылық, поликод, гетерогенді мәтін секілді ұғымдар талданған жұмыстар; ә) вербалды, бейвербалды және тағы да басқа медиа бірліктерге тікелей қатысты зерттеулер; б) медиамәтіндегі семиотикалық қабаттардың өзара байланысы, ықпалдасуы мен үйлесімін қарастыратын еңбектер. Аталған өлшемдер дереккөздерді іріктеудің негізгі критерийлері ретінде белгіленді.

Әдіснамалық тұрғыдан зерттеуіміз бірнеше өзара сабақтас әдістерге сүйене отырып атқарылды. Алдымен корпусық базаға сүйенген теориялық талдау жасалды. Бұл кезеңде әр дереккөздегі тақырыбымызға қатысты негізгі дефинициялар, терминологиялық айырмашылықтар, медиамәтін төңірегіндегі анықтамалар мен жіктемелер сараланды. Бұдан кейін салыстырмалы талдау жасалды. Бұл ретте қазақ, орыс, ағылшын тілді ғылыми ортадағы ұқсас және ерекшеленетін тұстар анықталды. Әсіресе, тақырыбымыздың лейтмотиві болып табылатын «медиамәтін», «медиадискурс», «мультимодальдылық», «поликодтылық», «креолизация», «комплементарлық» секілді ұғымдардың қолданылуы салыстырылады.

Терең салыстырулардан кейін зерттеуіміз *сапалық контент-талдау* әдісіне жүгінеді. Бұл әдіс корпусық база ретінде алынып отырған ғылыми мәтіндерде қайталанып отыратын мазмұндық бірліктер мен негізгі ұғым-атауларды кодтау арқылы тақырыптық кластерлер

астында біріктіруге мүмкіндік берді. Сапалық контент-талдау логикасы MAXQDA 26 (Software for qualitative data analysis) сапалық деректерді талдау бағдарламаларындағы ашық кодтау мен тақырыптық кластерлеу логикасын басшылыққа ала отырып, қолмен атқарылды.

Бұдан кейін алынған нәтижелер негізінде концептуалды модельдеу әдісі пайдаланылды. Ол жекелеген тұжырымдарды бір жүйеге түсіре отырып, интегративті үлгі жасау үшін тиімді әдіс ретінде таңдалды.

Талдауға алынатын бірлік ретінде тұтастай мақалалар немесе дереккөздер емес, сол мақала ішіндегі тақырыбымызға ең жақын келетін мағыналық бөлшектер, түйінді үзінділер алынды. Оларды терминологиялық анықтамалар, жіктеме, авторлық түйінді тұжырымдар, мысалдар, семиотикалық компоненттерді талдайтын абзацтар т.б. ретінде сипаттасақ болады. Бұл деректер уақытылы Google Sheets кестелік бағдарламасына жинақталып отырды.

Кодтау екі ретпен атқарылды. Бірінші айналымда ашық кодтау жасалып, дереккөздерде ұшырасатын зерттеу тақырыбына тікелей қатысты негізгі ұғымдар мен қатынас түрлері белгіленді. Бұдан кейін мағыналық тұрғыдан жақын кодтар ірі тақырыптар аясында біріктірілді. Мұндай екі сатылы кодтау терминдер мен ұғымдардың сыртқы формалды ерекшеліктерінен гөрі, бұлардың атқаратын функционалдық жақындығы мен контексттік мағынасын түсінуге мүмкіндік береді деп есептейміз. Нәтижесінде, зерттеу соңындағы қорытындылар дереккөздердегі негізгі тұжырымдарға сүйене отырылып жасалады.

Зерттеу нысаны болып табылатын медиамәтін табиғатындағы ішкі үндесім механизмін ашу ондағы бірліктерді жеке-жеке қарастыруды да талап етеді. Осы логика жетегінде типтер мен түрлер жіктеле отырып қарастырылады. Мәселен, вербалды бірліктер, яғни сөз, сөз тіркесі, синтаксистік құрылым, атау, нарративтік жүйе т.б. Екінші түр – бейвербалды бірліктер, яғни, визуалды бейне, жест, мимика, ым-ишара, көзқарас, түс, композиция, дыбыстық реңк, интонациялық не паравербалды белгі т.б. Үшінші түр ретінде медиа бірліктер бөлек алынды, яғни, гиперсілтеме, интерфейс, монтаж, кадр ауысымы, экрандағы орналастыру ерекшеліктері, шрифттік акцент, платформа мүмкіндіктері, мультимедиа және кроссмедиялық байланыс т.б.

Зерттеу медиа өнімдердің нақты мысалдарын үлгіге алып, талдау жүргізбейді. Нақты бір жаңалық сюжеті, бейне-ролик, пост немесе мультимедиялық жоба материалын талдаудан гөрі, осы аталған дайын медиа өнімдерді құрайтын ішкі медиа бірліктердің үндесім механизмдерін, оның теориялық-концептуалды мәселелерін ғылыми еңбектер негізінде қарастыруды мақсат етеді. Себебі дайын медиа өнім жүздеген ішкі медиа кодтардан жасақталады. Дайын медиа өнімнің табиғатын тану, ондағы жекелеген медиа бірліктерді, олардың қатар келуі мен үндесім үдерісін тануға жетелейді. Ал бұл практикалық талдау ең алдымен соған сәйкес теориялық негізге сүйенуді талап етеді. Медиа бірліктердің үндесу механизмдері теориялық тұрғыдан толық сипатталмаған құбылыс. Оны тікелей нақты бір практикалық үдеріс ішінде танудың мүмкіндігі шектеулі болмақ. Осы себепті соңғы теориялық-ғылыми еңбектер негізінде аталмыш проблема төңірегіндегі тұжырымдар мен теориялық көзқарастардың басын біріктіру аса маңызды. Ғылыми-теориялық негізі түсінілмей, бірден практикалық талдауға көшу, нақты бір дайын материалмен жұмыс істеу оң нәтиже бермеуі мүмкін. Сондықтан зерттеу медиамәтіннің теориялық репрезентациясын ашуда және медиа бірліктердің үндесім механизмдерін түсіну үшін алдымен отандық және халықаралық еңбектердің басын біріктіре отырып талдауға тырысады. Қазақтілді академиялық алаңда аталмыш тақырыптағы зерттеулер, әсіресе ғылыми еңбектерді талдайтын теориялық-концептуалды зерттеулер жоқ дей аламыз.

Корпустық көлем мақсатты түрде таңдалған, бірнеше тілдерде жарық көрген тақырыбымызға өте жақын келетін жұмыстар болғандықтан, бұл корпус тақырыбымызға қатысты негізгі теориялық желілерді, медиамәтін теориясын, поликод пен мультимодальдылық сипатын, конвергенция мен кроссмедиялық ұйымдасуды, гетерогенді цифрлық мәтінді қамтуға жеткілікті. Бұл көлем (N = 15) теориялық синтез үшін жеткілікті есептелгенімен де, медиамәтін турасындағы бүкіл халықаралық зерттеу алаңын қамтымайтыны түсінікті. Бір жағынан, ғылыми мақаланың көлемі бұл мәселені толық қамтуға мүмкіндік бермейтінін ескерген жөн. Сондықтан әдіснама кең мағынадағы статистикалық жалпыламалықтан гөрі, ұғымдық тұрғыдан дәлдікке және аналитикалық жүйелілікке бағдарланған десек орынды. Сәйкесінше, нәтижелер бөлімінде

дәл осы корпусстық база негізінде анықталған, тақырып аясындағы басым үрдістер, өзара ықпалдасу типтері мен үндесім механизмдері және интегративті модель жүйелі түрде ұсынылды.

Әдебиетке шолу

Соңғы жылдардағы медиамәтінге арналған зерттеулер тек журналистік мәтінді талдау өрісінен шығып, тіл, семиотика, дискурс теориясы, медиалингвистика, цифрлық коммуникация секілді ауқымды ғылыми тақырыптарды тоғыстыратын күрделі ғылыми алаңға айналды. Осы өрісті бағыттағы өзекті мәселелердің бірі де медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің қандай құрылымдық тұтастықта, үндесім ішінде әрекет ететіні, оның функционалды ерекшеліктері қандай дейтін сұрақтар аясында топтасуда десек болады. Яғни, медиамәтін аталған бірліктерді толықтай қамти отырып, оларды үндесім ішінде қолдана отырып, толық мағыналы, заманауи мәтін жасайды.

Тақырып аясындағы ғылыми еңбектерді салыстыра келгенде, қазіргі зерттеулердің бір бөлігі медиамәтіннің ұғымдық негізгі сипатын анықтауға, келесі бір бөлігі оның поликодты немесе мультимодальды құрылымын талдауға, ендігі бір бөлігі осы құрылымдардың прагматикалық ықпал ету әлеуеті мен міндеттерін ашуға бағытталатынын байқаймыз.

Алдымен медиамәтінге қатысты теориялық ұстанымдарды түсіну қажеттігі туады. Автор Grynyuk, медиадискурс пен медиамәтін ұғымдарын медиалингвистиканың екі негізгі категориясы ретінде қарастыра отырып, медиамәтінді бұқаралық коммуникация кеңістігінде әлеуметтік маңызы бар және әртүрлі арнада жүзеге асырылатын коммуникативтік біртұтас құрылым ретінде сипаттайды (Grynyuk, 2023). Ал, автор Рябуха болса, медиамәтіннің типологиялық аясын кеңейте түсіп, оған мерзімді басылымдардың (газет-журнал) материалдарынан бастап телехабар, радио бағдарлама, жарнама, әлеуметтік желілердегі пост, пікір, блог секілді түрлерді де енгізеді және медиамәтінді түсіндіруде осы сан алуан жанр, канал, аудитория мен интерпретацияны есепке алу керектігін жазады (Рябуха, 2020). Бұл аталған еңбектер медиамәтінді тек бір тілдік құрылым дейтін ескірген тарлау ұстанымнан шығарып, оны әлеуметтік-коммуникативтік алаң ретінде тануға шақырады.

Ал тақырып төңірегіндегі қазақтілді зерттеулер бұл бағыттағы төл ғылыми дискурстың қалыптасу үдерісін көрсетеді десек болады. Осы бағыттағы зерттеулердің бірі – М. Ақабаева мен Г. Абикенованың (2022) мақалалары. Олар медиакоммуникацияны әртүрлі өлшемдер негізінде қарастыруға тырысады. Авторлар, медиамәтіннің ықпал ету тетіктері ақпарат мазмұнымен ғана емес, осы ақпаратты ұйымдастыру, дәлелдеу және ұсыну тәсілімен де анықталып отыратынын көрсетеді (Ақабаева, Абикенова, 2022). Медиамәтіннің вербалды қабаты шешуші рөл атқарғанымен, аудиториямен қарым-қатынасқа тікелей қатысатын вербалды емес реңктер, медиаформат пен риторикалық құрылым бір-бірінен бөлек жүре алмайтынын түсінеміз.

Рацибурская мен Бусарева секілді авторлар, әртүрлі коммуникативтік арналар турасындағы ғылыми риторикаларда «мультимодальдылық», «мультимедиа», «полимедиа», «поликодтылық» тәрізді ұғымдардың қатар қолданылатынын, алайда бұлардың барлығы бірдей ұғымдар емес екенін жазады (Рацибурская, Бусарева, 2021). Авторлар, поликодтылықты әртүрлі медиа кодтардың бір мәтін аясында тоғысуы ретінде түсіндірсе, мультимедианы соның техникалық жүзеге асуымен байланыстырады.

Автор Бральниннің зерттеуі осы терминологиялық кеңістікті құрылымдық жағынан толықтыра түседі. Ол мультимодальды мәтіндерде вербалды, просодиялық, визуалды модустардың, ал креолды мәтіндерде вербалды және иконикалық құрамның (гр. *eikon* – бейне, яғни суреттер, карталар, фотосуреттер т.б.) ерекше үйлесім құрайтынын жазады және олардың арасындағы өзара ықпалдасудың бірқатар түрлерін жіктейді (Бральнин, 2024). Бұл пікір медиа бірліктердің үндесім табиғатына қатысты жаңа бір пікір емес екені түсінікті. Заманауи медиамәтін әртүрлі медиа кодтардың (вербалды, бейвербалды) үндесімі ішінде ғана жасалады. Ал олардың үйлесім құрау мүмкіндіктері әртүрлі интерпретация тұрғысынан түсіндірілуі мүмкін.

Келесі авторлар медиамәтіндегі «модус» ұғымын мағына жасаудың арнасы ретінде қарастырады және интернет секілді алаңдардың ақпаратты жеткізуді көпқабатты құбылысқа айналдырғанын жазады (Ильичева, Карпиевич, 2019). Бұл пікір медиамәтіннің таралуында

интернеттің конвергенциялық жаңа алаң екенін танытады.

Ал зерттеуші Воробьева жариялаған жүйелі шолу жұмысы вербалды, паравербалды, бейвербалды элементтердің әртүрлі дискурстарда қалай көрінетінін түсінуге мүмкіндік береді. Автор паравербалды құралдар ретінде дауыс ырғағын, пауза, екпін, эмоциялық реңктерді, бейвербалды компоненттер ретінде қимыл, мимика, көзқарас, дене қозғалысын атайды (Воробьева, 2025). Зерттеуші Соарес, вербалды және бейвербалды элементтердің мағына қалыптастырудағы үндесімі мәселесін арнайы тақырып ретінде бөліп қарастырады. Оның медиа образдарды функционалдық тұрғыда талдауы сөз бен визуалды элементтердің өзара бір-бірін толықтырушы қатынаста әрекет ететінін көрсетеді. Мәтіннің әсер ету күші осы интерсемиотикалық комплементарлық қатынас негізінде жүзеге асатынын жазады (Soares, 2022). Яғни, медиамәтіндегі вербалды бірліктер мағынаны толықтай жеткізбейді, ол бейвербалды және визуалды элементтермен бірлесе келе толық прагматикалық қуатқа ие болады деп қорыта аламыз.

Ахренова мен Зарипов секілді авторлар медиамәтіннің лингвопрагматикалық сипаттарын ақпараттық-психологиялық ықпал ету контекстінде талдайды. Қазіргі медиамәтін вербалды және вербалды емес элементтердің симбиозы арқылы адресатқа әсер ету күшін еселей түседі (Ахренова, Зарипов, 2023). Яғни, авторлардың пайымдауынша медиамәтіннің ықпал ету күші жеке бір элементтен емес (мысалы тек вербалды), әртүрлі құралдар мен элементтердің үйлестірілген, біріктірілген қызметінен туындайды. Осы мәндес ойды автор Рябуха тереңдете талқылайды. Ол авторлық ұстаным мен интерпретация және аудитория қабылдауы арасындағы арақатынастың нәзік тұстарына назар аударады. Автордың пайымдауынша, медиамәтін шындықты, ақпаратты бейтарап позицияда жеткізетін арна ғана емес, оны белгілі бір қырынан құрастыратын, кей жағдайда қайта модельдейтін құрал болуы да мүмкін (Рябуха, 2020). Бұл вербалды және бейвербалды элементтердің әркез идеологиялық бейтарап ұстанымда ғана қызмет ете бермейтінін аңғартса керек. Сөз бен лексика, сол лексика орнықтыратын аргументация белгілі бір көзқарасты жеткізетін болса, визуалды элементтер, кадр, дыбыстық фон, тандалған түстер (цвет), графика сол көзқарасты табиғи, нанымды, кейде еш күмән туғызбайтын шындық секілді де көрсете алады. Демек, медиа бірліктер арасындағы үндесім бір-бірін толықтыру деңгейінде ғана әрекетке түсе бермейді, ол белгілі бір мақсаттағы құрал ретінде де қолданылады, модельдеу тетігіне де айнала алады.

Осы мәндес тұжырымдар М. Ақабаева мен Г. Абикенова бірлесе жазған жұмыста да айтылады. Авторлар медиадискурс риторикасындағы сөз билігі, уәжді сөйлеу, адресатты белгілі бір шешім мен тұжырымдарға иландыру секілді мақсатты идеологиялық стратегияларды сөз ете келе, медиамәтін мазмұнын ғана емес, оның ұсынылу формасын, астарлы мән арқалау қабілетін және форматын да тілге тиек етеді (Ақабаева, Абикенова, 2022).

Лушинскаяның бұқаралық коммуникация туралы зерттеуі де осы ой желісін растай түседі. Ол әлеуметтік желілердегі, жаңалық сайттары мен интернет порталдардағы, жалпы электрондық медиадағы мәтіннің функционалдық параметрлері қалыптасқан классикалық публицистикалық стиль шеңберіне сыймайтындай деңгейде ілгерілегенін жазады. Қазіргі гипермәтіндік тармақталу, мультимедиялық толықтырулар және кері байланыс мүмкіндігі медиамәтін табиғатын күрделендіргенін көрсетеді (Лушинская, 2019). Вербалды және бейвербалды бірліктерге қоса, платформалық және техникалық сүйемелдеулер де шешуші рөл атқарады. Басқаша айтқанда, бір мазмұн әртүрлі медиа ортада әртүрлі мағына эффектісін тудыруы мүмкін. Сондықтан әртүрлі ауқымды медиа бірліктердің тығыз үйлесім ортасын «эстетикалық безендіру» деп емес, мағына мен қабылдау арақатынасын реттеп отыратын құрамдас бірлік, жүйе ретінде қарастыру маңызды.

Еңбектерді салыстыра келе, медиамәтіннің ішкі бірліктерінің өзара үндесім сипатын көрсететін теориялардың түпкілікті өзегі біріге келе «мағына тудыру» қағидасына сүйенетіні аңғарылады. Екінші бір ортақ категория ретінде «қабылдауды басқару, ақпараттың өтімділігін игеру» мақсатын атасақ болады. Топтастыра қарағанда қазіргі зерттеулердің барлығы дерлік медиамәтін құрылымының кеңейгенін, дамығанын бірауыздан қолдайтынын көреміз. Ол сөзден суретке, суреттен дыбысқа, дыбыстан интерфейске дейін ұлғайған.

Жоғарыда қарастырылған зерттеулер бірнеше қорытынды жасауға мүмкіндік береді:

Біріншіден, бүгінгі ғылыми тұғырдан қарағанда медиамәтін тек вербалды құрылым емес, әртүрлі модус пен арна аясында біріккен семиотикалық тұтастық ретінде мойындалған.

Екіншіден, вербалды және бейвербалды элементтер арасындағы үндесім дегеніміз көп деңгейлі, әр тарапты сипатта түсіндіріледі. Әдебиеттердің тағы бір маңызды зерттеу нысаны – медиамәтіннің әсер ету тетіктерін риторикалық және лингвопрагматикалық аспектіде түсіндіруге тырысуы.

Үшіншіден, қолжетімді зерттеулерде вербалды, бейвербалды және өзге де медиа бірліктерді тұтас қамтитын медиамәтін моделін жобалау, зерттеу әлі толық қалыптаспаған. Мұны зерттеу тақырыбы аясындағы негізгі ғылыми олқылықтардың бірі ретінде белгілеуге болады.

Еңбектердің басым бөлігі не медиамәтіннің жалпы теориясын жүйелейді, не поликодты, мультимодальды құрылымды сипаттайды, не жекелеген прагматикалық эффекттерді талдайды. Дегенмен, вербалды бірліктер мен бейвербалды бірліктердің және медиа ортаның технологиялық-форматтық элемент-бірліктерінің өзара қалай ықпалдасып, қалай ортақ мағына, үндескен жүйе құрайтынын, қабылдау траекториясын қалай орнататынын арнайы мақсатты түрде қарастыратын еңбектер аз дей аламыз. Әсіресе, қазақтілді ғылыми кеңістікте тақырыптың өзектілігі анық байқалады. Зерттеуіміз соңғы он жылдық кезеңдегі жарық көріп келе жатқан шашыраңқы тұжырымдарды жинақтай келе медиа бірліктердің үндесім тетіктерін түсіндіруге ұмтылады.

Нәтижелер және талқылау

Дереккөздер корпусының сипаттамасы

Зерттеуге барлық саны 15 толық мәтінді дереккөз алынды (N = 15). Төменде аталмыш еңбектердің жалпы сипаттамасы жүйеленіп берілді (Кесте 1). Жариялану мерзімдері бойынша: 1 еңбек (2011 ж.), 2 еңбек (2019 ж.), 2 еңбек (2020 ж.), 2 еңбек (2021 ж.), 2 еңбек (2022 ж.), 2 еңбек (2023 ж.), 2 еңбек (2024 ж.) және 2 еңбек (2025 ж.) түрінде көрініс алды. Бұл статистикалар медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды және медиа бірліктер арақатынасы ұзақ уақыт бойы әртүрлі ғылыми орталарда қарастырылып келе жатқанын көрсетсе керек. Жарық көрген тіліне қарай орыс тіліндегі зерттеулер басым 9 дереккөз (60,0%), ағылшын тіліндегі еңбектер 4 (26,7%), қазақ тіліндегі зерттеулер саны болса 2 (13,3%).

Корпустың мазмұндық құрылымы да әркелкі екенін байқаймыз. Бір бөлігі медиамәтіннің теориялық негіздерін, поликодтылық пен мультимодальдылық мәселелерін қарастырса, тағы бір бөлігі лингвопрагматикалық ықпал, конвергенция, кроссмедиа, интерпретация мен жалпы дискурс мәселелеріне назар салады. Корпустың қамту аясын жалпылама алып қарағанда, тақырып үшін маңызды негізгі түсініктер мен терминдер, ұғымдар толық қамтылып тұр. Тек вербалды бірліктер ғана емес визуалды, бейвербалды, просодикалық, аудиалды, экрандық және платформалық медиа бірліктер туралы ғылыми тұжырымдар да молынан кездеседі. Бұл зерттеу жұмысымыздың дәлдігі мен ұсынылатын тұжырымдардың салмағын айқындайды.

Корпустың тілдік құрамы да маңызды рөл ойнайды. Тақырып аясындағы зерттеулер бойынша посткеңестік кеңістікте орыстілді теориялық жұмыстардың көш бастап келе жатқанын байқаймыз. Ағылшынтілді еңбектердің функционалдық модельдер мен анализге, ал қазақ тіліндегі еңбектердің тақырыпты ұлттық ғылыми айналымға бейімдеуге көбірек күш салатынын көрсетеді. Орыстілді еңбектерде поликод, креолдылық, мультимодальдылық ұғымдары өзара бәсекелес немесе қабаттас ұғымдар ретінде талқыланып, терминологиялық нақтылыққа ерекше назар аударылады. Ағылшынтілді зерттеулерде, керісінше, «complementarity, sequential organization, media image, heterogeneous screen text» секілді модельдеуші категориялар жиі талқыланады, яғни талдау құрылымдық-функционалдық сипатқа көбірек ие (Abuczki, 2011; Soares, 2022; Grynyuk, 2023). Қазақтілді еңбектерде медиамәтін ұғымын ұлттық ғылыми дискурс алаңында орнықтыру, оның білім беру, риторика және әлеуметтік байланысын анықтау басым көрінеді (Ақабаева, Абикенова, 2022; Елубаева және т.б., 2025). Бұл нәтиже көптілді теориялық негіздерді шолудың жан-жақтылық тұрғысынан тиімді қырларын аша түседі.

Уақыт шеңберінде қарастырғанда жарияланымдардың 2019 жылдан кейін күрт өсуі зерттеу

тақырыбының соңғы жылдары басым бағытқа айналғанын көрсетсе керек. Демек, медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің өзара ықпалдасуы әлі де тұрақтанған классикалық тақырыпқа айналып үлгермеген, біржағынан цифрлық орта кеңейген сайын жаңа қырлары ашылып отыратын динамикалық ғылыми өріс екенін байқаймыз.

Кесте 1 – Талдауға алынған ғылыми дереккөздердің сипаттамасы (N = 15)

Таблица 1 – Характеристика научных источников, включенных в анализ (N = 15)

Table 1 – Characteristics of the Scientific Sources Included in the Analysis (N = 15)

№	Дереккөз авторы	Тілі	Зерттеу аясы мен тақырыбының қысқаша сипаттамасы	Басым қабаттар мен медиа бірліктер
1	Abuczki (2011)	ағылшын	Вербалды және бейвербалды қатынастардың мультимодальды анализі	Вербалды – бейвербалды
2	Maximenko және б. (2020)	ағылшын	Гетерогенді экрандық мәтіннің лингвосомиотикасы	Поликод – полимодальдылық – экрандық құрылым
3	Soares (2022)	ағылшын	Медиаобраздардағы вербалды және визуалды тілдердің бір-бірін толықтыруы	Вербалды – визуалды
4	Grynyuk (2023)	ағылшын	Медиадискурс пен медиамәтіннің өзара тәуелділігі	Дискурс – медиа орта
5	Ақбаева, Абикиенова (2022)	қазақ	Медиадискурс риторикасы және әлеуметтік стилистика	Вербалды – медиа риторика
6	Елубаева және т.б. (2025)	қазақ	Медиамәтіннің теориялық негіздері мен құрылымы	Вербалды – құрылымдық-коммуникативтік
7	Лущинская (2019)	орыс	Конвергентті медиатекст және дискурстық орта	Вербалды – бейвербалды – конвергенция
8	Ильичева, Карпиевич (2019)	орыс	Медиамәтіннің модустық мультимодальды сипаты	Вербалды – медиа – модус
9	Рябуха (2020)	орыс	Типология, интерпретация және ықпал ету	Вербалды – бейвербалды
10	Рацибурская, Бусарева (2021)	орыс	Поликод және ықпал ету	Вербалды – бейвербалды
11	Марченко (2021)	орыс	Прецеденттілік және полимодальды медиафеномен	Вербалды – визуалды – аудиалды
12	Ахренова, Зарипов (2023)	орыс	Лингвопрагматика және ақпараттық-психологиялық ықпал	Вербалды – бейвербалды
13	Бральнин (2024)	орыс	Құрылымдық компоненттер және өзара әрекет / үндестік типтері	Вербалды – просодикалық – визуалды
14	Шабалин (2024)	орыс	Кроссмедиа және конвергенция сценарийлері	Медиа-платформа – кроссмедиа
15	Воробьева (2025)	орыс	Полимодальды зерттеулердің жүйелі әдеби шолуы	Медиа бірліктер

Сапалық контент анализ нәтижелері

Нәтижелер, дереккөздердегі жекелеген ұғым-атаулардың кездесу жиілігіне емес, әр дереккөзде белгілі бір семиотикалық қабаттың, үндесу типінің немесе функциясының айқын көрінуіне немесе көрінбеуіне негізделген авторлық аналитикалық матрицаға сүйенеді. Сондықтан төмендегі пайыздық көрсеткіштер нақты тілдік бірліктердің статистикалық жиілігін емес, зерттеу корпусындағы ғылыми бағдарлардың көріну үлесін көрсетеді десек болады. Мұндай тәсіл медиамәтін туралы қазіргі зерттеулер қандай қабаттарға басымдық беретінін

көруге мүмкіндік ашады. Дереккөздер аналитикалық фокусына, тілдік ортасына, семиотикалық бірліктерді қамтуына, бірліктердің өзара үндесім құруына қатысты тұжырымына және медиамәтінге жүктейтін функциясына қарай кодталды.

Кодтау нәтижесі зерттеу алаңында тұрақталған бірізділіктің жоқтығын көрсетті. Ең ірі кластерді прагматикалық ықпалға бағдарланған еңбектер құрады. Бұл жұмыстарда медиамәтін адресатқа әсер ету, иландыру, пікір қалыптастыру немесе әлеуметтік бағдар беру құралы ретінде танылады.

Екінші ірі топ теориялық-дефинициялық еңбектерден тұрады. Бұл мәндегі зерттеулер зерттеу өрісінде ұғымдық аппаратты нақтылау әлі де болса орныға қоймағанын байқатады десек қателеспейміз. Керісінше, жаңа медиа түрлері көбейген сайын соған сай теориялық шекараларды айқындау міндеті де соғұрлым күшейіп отыруы заңды ғылыми құбылыс. Осылайша, прагматикалық және теориялық бағыттардың жиі көрінетіндігін былай қойғанда, зерттеу тақырыбы аясында бір ғана немесе әсіре басым бір орталық теория жоқ екенін көреміз.

Журнал мақалаларының басым бөлігі медиамәтінді не жекелеген функция тұрғысынан, не ұғымдық деңгейде талдайды, ал көлемді зерттеулер мен шолулар көпқабатты үлгілерді жүйелеуге ұмтылады. Мысалы, Шабалиннің диссертациялық еңбегі немесе Воробьеваның тақырып аясындағы әдеби шолуы тақырыптың ішкі түйіндерін талдаудан гөрі бүкіл бағыттың методологиялық картасын ұсынуға күш салады (Шабалин, 2024; Воробьева, 2025).

Кесте 2 – Дереккөздік корпуста байқалған семиотикалық қабаттар (N = %)

Таблица 2 – Семиотические слои выявленные в корпусе источников (N = %)

Table 2 – Semiotic Layers Identified in the Source Corpus (N = %)

Семиотикалық қабат түрі	Кездесетін дереккөздер саны (N)	Жалпы дереккөздер санына шаққандағы үлесі (%)	Түсіндірме
Вербалды	15	100.0	Барлық дереккөздерде бірдей медиамәтіндегі <i>вербалды бірліктер</i> , яғни тілдік құрам негізгі мағына өзегін құрайтыны аталады.
Визуалды, иконикалық	12	80.0	Басым дереккөздерде медиамәтін контекстінде <i>кескін, иллюстрация, иконикалық код</i> (гр. <i>eikon</i> – бейне, яғни сурет, карта, фотосуреттер) және <i>кадрлау</i> кең қолданылатыны жазылады.
Медиа-платформалық	9	60.0	<i>Гиперсілтеме, интерфейс, монтаж, экрандық орналасу</i> сияқты элементтер дербес бір қабат ретінде 9 еңбекте кездеседі.
Аудиалды, просодикалық	8	53.3	<i>Дыбыс, интонация, просодия</i> (гр. <i>prosodia</i> – екпін. Қазіргі ғылымда сөйлеудің мәнерін, эмоциясы мен мағыналық реңкін анықтайтын фонетикалық құралдар жүйесі) дереккөздердің басым бөлігінде талданады.
Кинесикалық, жесттік	3	20.0	Медиамәтін құрамындағы қосалқы бірліктер ретінде <i>жест, мимика, көзқарас</i> секілді денелік белгілер де талданады, кездесетін дереккөздер саны аз болғанымен, маңызды кластерде көрінеді.

Семиотика – ақпаратты сақтап жеткізіп отыратын символдар мен белгі, бірлік, код жүйелерін зерттейтін пәнаралық ғылым. Ақпаратты жеткізетін медиа бірліктер шығу тегіне не қызметіне қарай топтаса келе, бөлек бір «семиотикалық топ (қабат)» құрайды. Мысалы визуалды медиа бірліктер: сурет, кескін, иллюстрациялар бөлек бір семиотикалық қабат. Ол аудиалды бірліктер құрайтын семиотикалық қабаттан ерекшеленеді. Осы секілді кинестетикалық қабат

бөлек.

Барлық дереккөзде (Кесте 2) вербалды бірліктер немесе вербалды қабат, негізгі мағына құраушы элемент ретінде алғы орынға шығады. Бұл күтілетін нәтиже дегенімізбен, ешбір дереккөзде вербалды бірлік жалғыз жүйе ретінде қарастырылмайды. 12 еңбекте визуалды, не иконикалық бірліктерге ерекше мән беріліп, мәтіннің толық мағынасын жасауда сурет, кадр, композиция, түс, графика рөлі тең міндеттемелермен сипатталады.

Тоғыз еңбекте медиа-платформалық бірліктер, яғни гиперсілтеме, интерфейс, экрандық орналастыру, монтаж, таратылым, мультимедиялық демеу дербес аналитикалық мәртебеге ие түрде көрінеді.

Кестелер көрсеткендей, аудиалды немесе просодикалық бірліктер (сөйлеу мәнерін, эмоциясы мен мағыналық реңкін анықтайтын фонетикалық құралдар жүйесі) 8 дереккөзде, ал кинесикалық (гр. *кинесика* – ым-ишара, мимика), жесттік бірліктер тек үш дереккөзде толық мәнде көрінеді. Бір жағынан бұл көрсеткіштер бейвербалды бірліктердің әлі де толық қарастырылмағанынан хабар беруі мүмкін.

Егер медиамәтін тек сөз бен суреттен тұрса, келесі медиа бірлік топтамалары 60% дереккөзде тұрақты түрде аталмас еді. Талдап отырған дереккөздерде экрандық форма, интерфейс, гипермәтіндік тармақталу, дыбыс пен кадр монтажі секілді көрсеткіштер мағына берудің өз алдына дербес бір ресурс ретінде аталады.

Медиа бірліктердің үндесу типтері

Медиа бірліктердің үндесу типтерін анықтау мақсатында кодтау қорытындысы маңызды нәтижелер көрсетті (Кесте 3). Деректік корпусы талдағанда ең жиі тіркелген үндесу түрі *комплементарлық* байланыс 8 дереккөзде (53,3 %) негізгі үндесу типі ретінде байқалады. Бұл үлгіде бір санаттағы медиа бірліктер екінші бір санаттағы медиа бірліктерді қайталамайды, қайта оның мағынасын толықтырады, байыта түседі немесе нақтылайды. Осылайша талданып отырған дереккөздердегі ең жиі аталатын үндесу түрі *комплементарлық* байланыс түрі басым көріне отырып, түрлі санаттағы медиа бірліктер арасында бірлескен мағына өндіру қатынасы (үндесім формасы) ретінде алдыңғы қатарға шығады.

Екінші орында конвергенциялық байланыс түр (лат. *convergo* – жақындаймын, сәйкес келемін. Әртүрлі жүйелердің, үдерістердің немесе бірліктердің бір-біріне жақындасуы, ұқсауы немесе бірігу үдерісі). Аталмыш ықпалдасу, үйлесім түрі 6 дереккөзде ұшырасады. Бұл санатта жеке бірліктердің байланысынан гөрі арна, платформа және медиа форматтардың үндесімі негізгі назарға алынады.

Бұдан басқа аз кезігетін байланысу, үндесім типтері (мысалы редупликация, контраст) анағұрлым сирек көрінгенімен, бұлар өз кезегінде біз талдап отырған медиамәтіндегі үндесім мәселесін тек өзара үйлесім принципіне сүйенбейтіндігін көрсетеді. Бұл нәтиже жалпы медиа бірліктердің медиамәтіндегі өзара ықпалдасуы кейде келісімді, кейде қарсы мәнді, кейде ұйымдастырушы, кейде идеологиялық міндеттерді орындаушы қатынаста болуы мүмкін екенін байқатады.

Дереккөздерге жүргізілген контенттік талдау барысында тағы бір тұрақты үрдісті байқадық. Яғни, медиамәтінге қатысты зерттеулердің барлығында бейвербалды элементтер медиамәтіннің ажырамас құрамдас бөлігі ретінде қарастырылғанымен, «бейвербалды» ұғымын бірдей түсіндіре бермейді. Бір топ еңбекте «бейвербалды» дегенде ең алдымен визуалды иконика, иллюстрация, кадр және графикалық дизайн секілді бірліктер аталады. Екінші топ зерттеулерде оған дауыс, интонация, просодия және дыбыстық фон жатқызылады. Келесі бір еңбектерде бейвербалды элементтер ретінде жест, мимика, көзқарас секілді денелік әрекеттер осы санат ішінде аталады. Мұндай аз-кем дефинициялық шашыраңқылықты Воробьева, Бральнин, Abuczki зерттеулерінен көреміз (Воробьева, 2025; Бральнин, 2024; Abuczki, 2011).

Кесте 3 – Вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің өзара ықпалдасу түрлері (N = %)

Таблица 3 – Виды взаимодействия вербальных, невербальных и медийных единиц (N = %)

Table 3 – Types of Interaction among Verbal, Nonverbal, and Media Units (N = %)

<i>Үндесу, ықпалдасу түрі</i>	<i>Кездесетін дереккөздер саны (N)</i>	<i>Жалпы дереккөздер санына шаққандағы үлесі (%)</i>	<i>Түсіндірме</i>
Комплементарлық үндесім	8	53.3	Өртүрлі типтегі медиа бірліктер мен семиотикалық қабаттар бір-бірін толықтырып, тұтас мағына құрайды.
Конвергенциялық бірігу	6	40.0	Өртүрлі арна мен платформа бір медиа өнім аясында біріктіріледі.
Реттеушілік үйлесім	4	26.7	Уақыт, музыка, назар мен оқу траекториясын үйлесім ішінде басқару, кезектестіру, реттеу логикасы. Солай негізгі мағынаға акцент түсіру, күшейту.
Қайталау, редупликация	3	20.0	Бір типтегі медиа бірлік басқа бір медиа бірлік арқалаған мазмұнды күшейту мақсатында қайталайды.
Контраст, қайшылық	2	13.3	Вербальды және бейвербалды бірліктердің біріге келе мағыналық контраст тудыруы.

Медиа бірліктер атқаратын функциялық қызметтер

Медиа бірліктер атқаратын қызметтерді анықтау мақсатында жүргізілген функционалдық талдау да белгілі бір нәтижелерді көрсетті (Кесте 4). Барлық 15 дереккөз де жалпы медиа бірліктер ең алдымен *ақпараттандыру* мен *мағынаны жеткізу* секілді базалық қызмет атқаруға жұмылдырылатынын дәлелдейді.

Сонымен қатар медиамәтіндегі семиотикалық қабаттар осы мазмұнды жеткізумен бірге, эмоцияны бағдарлайтынын, мәдени жадты іске қосатынын және коммуникациялық байланысты үйлестіретінін көрсетеді. Ақабаева және Абикенова, медиадискурс риторикасын *эмос*, *логос* және *пафос* үйлесімі арқылы түсіндірсе, Ахренова мен Зарипов медиамәтіннің ақпараттық-психологиялық ықпалын дәл осы көпқабатты ұйымдасумен байланыстырады (Ақабаева, Абикенова, 2022; Ахренова, Зарипов, 2023).

Алынған нәтижелер негізінде деректік корпуста кездесетін медиа бірліктердің басым функционалдық формуласын былай түсіндірсек болады. Вербалды қатар ақпараттың негізгі тақырыптық қаңқасын құрайды, бейвербалды қатар болса эмоциялық реңкті күшейтуге жұмылады, ал медиа бірліктер сол ықпалдың берілу траекториясын ұйымдастыруды көздейді.

Кесте 4 – Медиа бірліктер атқаратын функциялық қызметтер

Таблица 4 – Функциональные роли медийных единиц

Table 4 – Functional Roles Performed by Media Units

<i>Функция түрі</i>	<i>Кездесетін дереккөздер саны (N)</i>	<i>Жалпы дереккөздер санына шаққандағы үлесі (%)</i>	<i>Түсіндірме</i>
Ақпарат жеткізу, мағына тудыру қызметі	15	100.0	Медиамәтін әрқашан ең алдымен ақпаратты жеткізу, мағына тудыру және мазмұнды құрылымдауға қызмет етеді.
Эмотивтік-экспрессивтік қызмет	6	40.0	Медиамәтін эмоция мен көңіл-күйді басқаруды да ұмыт қалдырмайды және мәтінге деген

			адресат реакциясын бағыттап отырады.
Ықпал ету функциясы	5	33.3	Аудиторияны иландыру, сендіру және позиция қалыптастыру медиамәтін табиғатына тән айқын прагматикалық мақсат ретінде көрінеді.
Навигациялық-платформалық функция	4	26.7	Вербалды бірліктер арқалайтын негізгі мағыналық мәтінді өзге медиа бірліктер жұмыла келе сүйемелдеу, акцент түсіру, күшейту қызметін атқарады.
Мәдени кодтық функция	3	20.0	Медиамәтін мәдени жадты қалыптастыру және құндылық кодтарын жеткізу қызметтерін атқарады.
Интеракциялық функция	2	13.3	Медиамәтін бірліктері коммуникацияны ұйымдастыру, үйлестіру жұмыстарын атқарады.

Вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің үндесім механизімін сипаттайтын интегративті модель

Төменде берілген диаграммада (1-диаграмма) деректік корпустық базадан синтезделген нәтижелердің жүйелі үлгіде жинақталған үш деңгейлі интегративті моделі ұсынылды.

Бірінші ретте тұратын вербалды бірліктер тақырыптық атау, баяндау, ақпаратты жеткізу және мағына құрау, аргумент, бағалау және интерпретациялық қаңқаны құрастырады.

Екінші реттегі бейвербалды бірліктер визуалды бейне, түс, кадр, дыбыстық реңк, интонация, жест, мимика, сол қаңқаның модальдық және эмоциялық бағдарын нақтылайды.

Үшінші ретте медиа бірліктер аталатын келесі бір топ элементтер интерфейс, гиперсілтеме, монтаж, экрандық орналасу, платформа, мультимедиа т.б. алғашқы екі қабаттың қай реттілікпен, қандай қарқынмен және қандай арна арқылы берілетінін және қабылдануы мен өтімділігін анықтайды.

Нәтижеде медиамәтіннің формасы мен мазмұны ұйымдастырылған, көпқабатты, әсерлі біртұтас мағына ретінде қалыптасады. Зерттеу келтірген нәтижелер тек жекелеген кодтар тізбесін ұсынбайтынын ескеруіміз керек. Бұл нәтижелер мен көрсеткіштер медиамәтіннің тұтастығы, үндесімі мен өзара әрекеттесу үдерісі қандай қабаттардан, қандай функциялардан және қандай байланыс механизмдерінен құралатынын айқындауға мүмкіндік береді.

Ұсынылып отырған интегративті үндесу моделі (Диаграмма 1) мультимодальдылық, поликодтылық және креолды мәтін теорияларына сүйенеді, бірақ оларды толық қайталамайтынын ескеруіміз керек.

Аталған теориялар медиамәтіндегі әртүрлі таңбалық жүйелердің, модустардың және кодтардың бір мәтін кеңістігінде қатар қолданылуын түсінуге мүмкіндік береді. Дегенмен қолға алған зерттеуіміз заманауи медиамәтінді тек көпмодусты немесе көпкодты құрылым ретінде ғана емес, компоненттердің функционалды-мақсаттық үндесуі арқылы қалыптасатын күрделі коммуникативтік жүйе ретінде қарастырады.

Мультимодальдылық теориясы медиамәтіндегі әртүрлі қабылдау арналарының рөлін түсіндіруде маңызды. Дегенмен мультимодальдылық көбіне модус түрлерін және олардың мәтіндегі көрінісін айқындауға бағытталады. Ал ұсынылып отырған модель модустардың санын немесе түрін емес, олардың белгілі бір коммуникативтік мақсатқа бағындырылып, интегративті үндесу аймағында қалай әрекеттесетінін қарастырады. Яғни, модель «қандай модус бар?» дейтін сұрақтан гөрі, «олар қандай қызмет аясында біріге отырып, әсер тудырады?» деген сұраққа жауап береді.



Диаграмма 1 – Медиамәтіндегі ішкі бірліктердің үш деңгейлі үндесім моделі
 Диаграмма 1 – Трехуровневая модель согласованности внутренних единиц в медиатексте
 Figure 1 – A Three-Level Coherence Model of Internal Units in Media Text

Поликодтылық теориясы медиамәтінді әртүрлі таңбалық кодтардың қосындысы ретінде сипаттайды. Бұл теория медиамәтіннің семиотикалық күрделілігін түсіндіру үшін маңызды. Алайда поликодтылық көбіне кодтардың қатар қолданылуын және олардың семиотикалық байланысын көрсетуге бағытталады. Ұсынылған интегративті модельде кодтардың қатар келуі жеткіліксіз шарт ретінде қарастырылады. Негізгі назар сол кодтардың ақпарат жеткізу, мағына қалыптастыру, эмоция беру, сендіру, қабылдау траекториясын басқару, адресат позициясын қалыптастыру және ықпал ету қызметтеріне жұмылдырылуын, осы мақсатта бірлесе жұмыс істеу принципін ашады. Яғни, медиамәтіндегі идеологиялық мақсат-міндеттер эффектін назарға алуымен ерекшеленеді. Бұл тұрғыдан ұсынылып отырған модель поликодтылықты функционалды-прагматикалық деңгейде нақтылай түседі, толықтырды.

Креолды мәтін теориясы, әдетте, вербалды мәтін мен визуалды немесе иконикалық компоненттің тұтастығын түсіндіруге бағытталады. Ол көбіне баспасөз, жарнама секілді иллюстрацияланған мәтіндерді талдауда тиімді. Ал қазіргі медиамәтін цифрлық ортаға бағытталған медиамәтін және тек вербалды және визуалды компоненттердің бірігуінен тұрмайды. Онда платформа, интерфейс, гипермәтін, монтаж бен кадрлық ұйымдасу, реакция батырмалары, пікір қалдыру мүмкіндігі, алгоритмдік таралу секілді элементтер бар және мәтіннің қабылдануына тікелей әсер етуші фактор тудырады. Сондықтан ұсынылған модель креолды мәтін теориясының вербалды-визуалды тұтастық идеясын кеңейте келе, оған медиа бірліктердің технологиялық түрлерін қосады және жаңаша мақсаттағы прагматикалық қызметтермен толықтырады.

Ұсынылған модельдің жаңалығы медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды және медиа бірліктерді жеке-жеке сипаттау емес, олардың интегративті үндесу аймағында бірлесіп әрекет ету механизмін көрсету. Интегративті үндесу аймағы ретінде медиамәтіндегі әртүрлі бірліктердің көзделген мақсат, атқаратын функционалдық қызмет, өзара ықпалдасу деңгейі және үндесу типтері арқылы ортақ коммуникативтік нәтижеге бағытталатын құрылымдық-прагматикалық кеңістігі түсінілуі керек. Бұл аймақта вербалды бірлік ақпаратты нақтылайды, бейвербалды бірлік эмоциялық-образдық әсерді күшейтеді, ал өзге медиатеchnологиялық бірліктер мәтіннің қабылдануын, интерактивті сипатын ұйымдастырады.

Ұсынылған модельдің аталған бұрынғы теориялардан негізгі айырмашылығы үш аспектімен айқындалады: біріншіден, модель медиамәтінді тек вербалды және бейвербалды компоненттердің қосындысы ретінде емес, вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің

ұшқабатты жүйесі ретінде сипаттайды. Екіншіден, модель семиотикалық қабаттардың қатар қолданылуын ғана емес, олардың функционалды, мақсаттық, идеологиялық түпкі нәтижесін де талдауға алады. Үшіншіден, модель медиамәтіннің цифрлық ортадағы платформалық, интерфейстік және интерактивтік табиғатын ескереді. Осындай ерекшеліктер ұсынылған модельді медиамәтін теорияларын толықтыра түсетін функционалды-интегративті талдау құралы ретінде сипаттауға негіз береді.

Қорыта келе нәтижелер және талқылау бөлімі, әдебиеттерді жинақтау, шолу мен талдау ғана емес, медиамәтінді зерттеудің мета-аналитикалық тілін құруға ұмтылатын қадам ретінде қабылдануы керек.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеу жұмысы медиамәтіндегі вербалды, бейвербалды және медиа бірліктердің өзара үндесімін соңғы ғылыми әдебиеттер негізінде жүйелеп, бұл құбылыстың күрделі әрі көпқабатты табиғатын айқындауға ұмтылыс жасайды.

Біріншіден, медиамәтіннің әмбебап табиғатына қарамастан вербалды тілдік бірліктердің орны өзгермейді. Тақырып, баяндау, аргумент, интерпретация тілдік бірліктер арқылы беріледі. Бұл медиамәтіндегі вербалды бірліктердің басты өзек, берік қаңқасы ретіндегі негізін нақтылай түседі.

Екіншіден, бейвербалды бірліктер санатына жатқызылатын бейне, фото, сурет, түс, қаріп, кадр, жест, мимика, ым-ишара, музыка, дыбыс пен акустика секілді басқа да визуалды-аудиалды элементтер, вербалды-тілдік бірліктердің эмоциялық, модальдық және перцептивті әлеуетін күшейту мақсаты мен функциясы негізінде үндестік табады.

Үшіншіден, медиа бірліктер санатындағы гиперсілтеме, интерфейс, экрандық орналастыру, монтаж, мультимедиа, платформа т.б. қосалқы элементтер алғашқы екі қабаттың қабылдану ретін, көрінуі мен динамикасын, әсер ету қуаты мен ықпал ету траекториясын реттеп отырады.

Зерттеу бұған дейінгі ғылыми-теориялық жұмыстарға үлес қоса отырып, осы тақырып аясында қарастырылмаған проблематиканы талдайды және кейінгі эмпирикалық жұмыстарға бағыт-бағдар боларлық өлшемдер жүйесін ұсынады.

Нәтижелер және талқылау бөліміндегі талдаулар медиамәтін тақырыбы аясындағы зерттеулерде төрт ірі тенденциялық тұжырымдар бар екенін айқындады. Бірінші тенденция – прагматикалық, ықпалдық бағыттың (тенденцияға айналған тұжырымның) басымдығы. Бірқатар еңбектер медиамәтіннің адресатты сендіру, оның позициясын қалыптастырудың, қоғамдық пікірге әсер етудің күшті құралы екенін жазады. Екінші тенденция теориялық-дефинициялық ізденістердің өзектілігі. Бұл бағыттағы еңбектер «медиамәтін, медиадискурс, мультимодальдылық, поликодтылық, конвергенция» секілді ұғымдардың мәнін ашып, шекарасын белгілеуге ұмтылыс жасайды. Үшінші бір тенденциялық бағыт құрылымдық-семиотикалық талдаулар. Мұнда медиамәтін ішіндегі бейвербалды, вербалды немесе медиа бірліктер санатындағы компоненттердің өзара байланысы мен үйлесу типтерін сипаттау, түсіндіру көзделеді. Төртінші тенденция кроссмедиалық немесе платформалық ұйымдастыруға назар аудару, яғни медиамәтіннің белгілі бір медиалық ортада, экран, интерфейс немесе арна (модус) ішінде қалай жұмыс істейтінін бақылау, зерттеу.

Осы төрт үрдіс біріге келе, медиамәтіннің қазіргі ғылыми болмыс-бейнесін түсіндіреді десек болады. Зерттеудің ең маңызды теориялық жаңалығы – медиамәтін ішіндегі медиа бірліктердің өзара үндесу механизімін үш деңгейлі интегративті модель аясында түсіну, жүйелі форма ішінде ұсыну.

Медиамәтіндегі ішкі медиа бірліктердің өзара ықпалдасуы жүйесіз қабаттасу немесе қарапайым көрнекілік құралдары емес, нақты функциялары, үндесу жолдары, тығыз байланысу логикасы және платформалық шарттары бар күрделі құрылым екені дәлелденді. Сондықтан медиамәтінді зерттеуде тілдік мазмұнмен қатар визуалды, дыбыстық және платформалық деңгейлерді байланыста қарастыру қазіргі қазақ ғылымының, жекелей алғанда филология мен медиалингвистика салаларының негізгі әдіснамалық талабы ретінде қарастырылуы керек.

Зерттеудің практикалық әлеуеті және болашаққа бағытталған перспективалы бағыттары да жоғары. Ұсынылған үш қабатты модель медиа сауаттылық курстарында, журналистика мен

филология дәрістерінде, цифрлық риториканы оқытуда, жарнамалық және желілік контентті талдауда, сондай-ақ қазақ тіліндегі мультимодальды материалдарды оқыту бағытында оқу-әдістемелік құралдар жасауда теориялық дереккөз ретінде практикалық қызмет атқара алады деп есептейміз. Бұдан бөлек ол қазақтілді ғылыми кеңістікте, медиамәтінге қатысты болашақ зерттеулерге, кейінгі эмпирикалық талдауларға негіз бола алады. Әсіресе, қазақ медиакөлігінің зерттеуде мақала маңызы жоғары, өйткені қазақ тіліндегі ғылыми еңбектерде медиамәтіннің ұғымдық аппараты әлі де қалыптасу үстінде және қазақтілді ғылыми айналымда жүйелі талдаулар әлі де шектеулі. Осы тұрғыдан алғанда, зерттеу қазақ медиалингвистикасына, цифрлық риторика және медиамәтінді мультимодальды талдау әдістемелеріне белгілі бір деңгейде үлес қосады. Сонымен қатар филология, журналистика, медиа зерттеулерінде және тілдік-лингвистикалық білім беруде пәнаралық негіз ұсынады.

Әдебиеттер

- Ақабаева М.О., Абикенова Г.Т. Медиакommunikацияның лингвистикалық мәселелері // Вестник Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана. Серия: Филологические науки. – 2022. – №1 (64). – С. 21-34. DOI: 10.48371/PHILS.2022.64.1.002.
- Ахренова Н.А., Зарипов Р.И. Лингвопрагматические характеристики современного поликодового мультимодального медиатекста в контексте информационно-психологического воздействия // Медиалингвистика. – 2023. – Т. 10. – №4. – С. 428–449. DOI: 10.21638/spbu22.2023.401.
- Брагин Д.О. Структурные компоненты в креолизованных и мультимодальных текстах и типы их взаимодействия // Вестник Сыктывкарского университета. Серия гуманитарных наук. – 2024. – №1(29). – С. 4-13.
- Воробьева Е.Н. Актуальные вопросы полимодальных исследований: систематический обзор // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Т. 18. – №8. – С. 3312-3323.
- Елубаева П.К., Кудьярова Ш.Т., Хамидова А.Х. Медиамәтіннің теориялық негіздері мен коммуникативтік құрылымы // Вестник Казахского национального университета имени аль-Фараби. Серия: Филология. – 2025. – №3 (199). DOI: 10.26577/EJPh202519935.
- Ильичева И.Л., Карпиевич М.Н. Модусная мультимодальность медиатекста // Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. – 2019. – №1. – С. 19-27.
- Луцинская О.В. Медиатекст конвергентных средств массовой коммуникации в контексте дискурса // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2019. – №2. – С. 32-39.
- Марченко Т.В. Прецедентность в дискурсах медиапространства: к проблеме исследования вербальных и невербальных феноменов // Гуманитарные и юридические исследования. – 2021. – №2. – С. 143-150.
- Рацибурская Л.В., Бусарева С.Г. Проблема поликодовости как синтеза вербальных и невербальных средств воздействия (на материале медийных новообразований) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. – 2021. – Т. 18. – №4. – С. 831-846.
- Рябуха О.В. К вопросу типологии и интерпретации медиатекстов // Исследования языка и современное гуманитарное знание. – 2020. – Т. 2. – №2. – С. 72-80. DOI: 10.33910/2686-830X-2020-2-2-72-80
- Шабалин А.Д. Средства кроссмедийной выразительности в мультимедийных проектах: экология языка современных СМИ: дис. канд. филол. наук. – Барнаул, 2024.
- Abuczki, A.A. Multimodal analysis of the sequential organization of verbal and nonverbal interaction // Argumentum. 2011. No. 7. Pp. 261–279.
- Grynyuk, S.P. The concepts of media discourse and media text as major categories of media linguistics: towards an understanding of their interdependence // Publishing House “Baltija Publishing”. 2023.
- Harrison, R.P. Nonverbal communication // Human Communication As a Field of Study: Selected Contemporary Views. 1989. Vol. 113. Pp. 16.
- Maximenko, O.I. et al. Linguosemiotic Organization of Heterogeneous Texts (Case Study of Media and Internet Texts) // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2020. DOI: 10.15405/epsbs.2020.10.05.279
- Soares, L.A. The principle of complementarity between verbal and visual languages in media images: a systemic-functional approach // Cadernos de Estudos Linguísticos. 2022. Vol. 64. e022002. DOI: 10.20396/cel.v64i00.8663896.

References

- Abuczki, A. (2011) A multimodal analysis of the sequential organization of verbal and nonverbal interaction. Argumentum, No.7. Pp. 261-279. (in English)
- Ahrenova, N.A., Zaripov, R.I. (2023) Lingvopragmaticheskie harakteristiki sovremennogo polikodovogo multimodalnogo mediateksta v kontekste informacionno-psihologicheskogo vozdejstvija. Medialingvistika. T. 10. No.4. S. 428-449. DOI: 10.21638/spbu22.2023.401. [Akhrenova, N.A., Zaripov, R.I. (2023) Linguopragmatic characteristics of the modern polycode multimodal media text in the context of information and psychological influence. Media Linguistics. Vol. 10. No. 4. Pp. 428-449.] DOI: 10.21638/spbu22.2023.401 (in Russian)
- Aqabaeva, M.O., Abikeno, G.T. (2022) Mediakommunikacijanyng lingvistikalıyq maseleleri. Vestnik Kazahskogo

universiteta mezhdunarodnyh otnoshenij i mirovyh jazykov imeni Abylai hana. Serija: Filologicheskie nauki. No.1(64). S. 21-34. DOI: 10.48371/PHILS.2022.64.1.002. [Akabayeva, M.O., Abikenova, G.T. (2022) Linguistic issues of media communication. Bulletin of the Abylai Khan Kazakh University of International Relations and World Languages. Series: Philological Sciences. No.1(64). Pp. 21-34.] DOI: 10.48371/PHILS.2022.64.1.002 (in Kazakh)

Bral'nin, D.O. (2024) Strukturnye komponenty v kreolizovannyh i multimodalnyh tekstah i tipy ih vzaimodejstviya. Vestnik Syktyvskarskogo universiteta. Serija gumanitarnykh nauk. №1(29). S. 4-13. [Bralnin, D.O. (2024) Structural components in creolized and multimodal texts and types of their interaction. Bulletin of Syktyvkar University. Series of Humanities. No.1(29). Pp. 4-13.] (in Russian)

Elubaeva, P.K., Kud'jarova, Sh.T., Hamidova, A.H. (2025) Mediamatinning teorijalyq negizderi men kommunikativtik qurylymy. Vestnik Kazahskogo nacionalnogo universiteta imeni al-Farabi. Serija: Filologija. No.3 (199). DOI: 10.26577/EJPh202519935. [Yelubayeva, P.K., Kudyarova, Sh. T., Khamidova, A.H. (2025) Theoretical foundations and communicative structure of media text. Bulletin of Al-Farabi Kazakh National University. Series: Philology. No.3(199).] DOI: 10.26577/EJPh202519935 (in Kazakh)

Grynyuk, S.P. (2023) The concepts of media discourse and media text as major categories of media linguistics: towards an understanding of their interdependence. Publishing House "Baltija Publishing". DOI: 10.30525/978-9934-26-283-8-4 (in English)

Harrison, R.P. (1989) Nonverbal communication. Human Communication As a Field of Study: Selected Contemporary Views. Vol. 113. Pp. 16. (in English)

Ilicheva, I.L., Karpievich, M.N. (2019) Modusnaja multimodalnost' mediateksta. Vestnik Polesskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija obshhestvennyh i gumanitarnykh nauk. No.1. S. 19-27. [Ilicheva, I.L., Karpievich, M.N. (2019) Modus multimodality of media text. Bulletin of Polesky State University. Series of Social Sciences and Humanities. No.1. Pp. 19-27.] (in Russian)

Lushhinskaja, O.V. (2019) Mediatekst konvergentnyh sredstv massovoj kommunikacii v kontekste diskursa. Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Zhurnalistika. Pedagogika. No.2. S. 32-39. [Lushinskaya, O.V. (2019) Media text of convergent mass communication means in the context of discourse. Journal of Belarusian State University. Journalism. Pedagogy. No.2. Pp. 32-39.] (in Russian)

Marchenko, T.V. (2021) Precedentnost' v diskursah mediaprostranstva: k probleme issledovaniya verbalnyh i neverbalnyh fenomenov. Gumanitarnye i juridicheskie issledovaniya. No.2. S. 143-150. [Marchenko, T.V. (2021) Precedent phenomena in media space discourses: on the problem of studying verbal and nonverbal phenomena. Humanitarian and Legal Studies. No.2. Pp. 143-150.] (in Russian)

Maximenko, O.I. et al. (2020) Linguosemiotic Organization of Heterogeneous Texts (Case Study of Media and Internet Texts). European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (in English)

Raciburskaja, L.V., Busareva, S.G. (2021) Problema polikodovosti kak sinteza verbalnyh i neverbalnyh sredstv vozdejstviya (na materiale medijnyh novoobrazovaniy). Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Jazyk i literatura. T. 18. No.4. S. 831-846. [Ratsiburskaya, L.V., Busareva, S.G. (2021) The problem of polycodedness as a synthesis of verbal and nonverbal means of influence (based on media neologisms). Bulletin of Saint Petersburg University. Language and Literature. Vol. 18. No.4. Pp. 831-846.] (in Russian)

Rjabuha, O.V. (2020) K voprosu tipologii i interpretacii mediatekstov. Issledovaniya jazyka i sovremennoe gumanitarnoe znanie. Vol. 2. No.2. S. 72-80. [Ryabukha, O.V. (2020) On the issue of typology and interpretation of media texts. Language Studies and Modern Humanities. Vol. 2. No.2. Pp. 72-80.] (in Russian)

Shabalin, A.D. (2024) Sredstva krossmedijnoj vyrazitel'nosti v multimedijnyh projektah: jekologija jazyka sovremennyh SMI: dis. kand. filol. nauk. Barnaul. [Shabalin, A.D. (2024) Means of cross-media expressiveness in multimedia projects: ecology of the language of modern mass media: Cand. Philol. Sci. dissertation. Barnaul.] (in Russian)

Soares, L.A. (2022) The principle of complementarity between verbal and visual languages in media images: a systemic-functional approach. Cadernos de Estudos Linguisticos. T. 64. DOI: 10.20396/cel.v64i00.8663896. (in English)

Vorob'jova, E.N. (2025) Aktual'nye voprosy polimodal'nyh issledovaniy: sistematicheskij obzor. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. T. 18. No.8. S. 3312-3323. [Vorobyeva, E.N. (2025) Current issues of polymodal research: a systematic review. Philological Sciences. Issues of Theory and Practice. Vol. 18. No.8. Pp. 3312-3323.] (in Russian)

Мақала туралы ақпарат / Информация о статье / Information about the article

Редакцияға түсті / Поступила в редакцию / Entered the editorial office: 23.04.2026.

Жариялауға қабылданды / Принята к публикации / Accepted for publication: 25.06.2026.

Интернетте қол жетімді / Доступно онлайн / Available online: 30.06.2026.