

всего лишь божья пыль, будь добр к другим, дух гневный усмиряя. В ночь судную ты станешь ближе к богу, всем суждено ступить на ту дорогу, так жил и я, гордыни избегая» [1, с.2].

В степи не только с любовью относились к человеку с посохом и в старом плаще. Его рано начали почитать как святого. Имя его, по свидетельствам этнографов прошлого века, стало ураном некоторых родов. И, идя на битву, они восклицали: «Царь святых, Хазрет Султан Ходжа Ахмед» [3, с.7].

Я со слов «Биссмиля» начинаю хикмат, Жемчуга и брильянты дать инокам рад. Ах, возможно ли горше стенать и страдать, Я «Тетради второй» начинаю вступленье. Для любого пишу, кто захочет мне внять,

Я любого, как близкого, жажду обнять. По головке всех сырых я глажу опять, а от гордых бежу я, впадая в смятенье. Вдруг ворота любви отворил мне Аллах, Он мне шею согнул и повернул во прах. [1, с.7].

Ходжа Ахмед размышляет о своем пути к Аллаху, дает советы тем, кто прочтет его труд. «Эй, ищущий, вступай на трудный путь испытаний. Если ты, не испытав трудностей, встанешь на этот путь, все пойдет прахом. Если в этой жизни ты жил без испытаний, на Том свете не видать тебе блаженства. Если не видал трудностей, то слезы не принесут тебе просветления. Помогай всем людям, работай, как раб, Несчастливым людям делай добро. Если придут ученые, с почтением стоя встречай их. От подлых людей нет никакой помощи. Пророк всегда помогал нищим, калекам. Когда видишь несчастных, льются слезы сочувствия. Всегда больно видеть обездоленных калек. А благодарность калек - самая высшая благодарность». [1, с.5].

«Хикметы» — это книга размышлений, исповедь мудреца, слова, с которыми он обращается ко всем грядущим поколениям: «Если человек не имеет сути, ты его за человека не считай. Если он без содержания и мысли, ты воспринимай его как рисунок, а не как родственника. Посмотри его сердце, если нет там следов от ста переживаний, беги от него подальше, другом не называй, он никогда не пожертвует своей жизнью ради любимого. Если он не в состоянии расстаться с должностью, со славой и званиями, он не человек. Например, если мысли на поверхности плавают, хоть и стараются скрыть их, все равно видно. Ахмед, отрекись он богатства и мирских благ. Но жизнь, прожитая без любви, не имеет вкуса» [4, с.6].

Творчество Ходжа Ахмета Ясави оказало большое влияние на мировоззрение всех выдающихся деятелей казахской культуры – от древних поэтов до Абая и Шакарима [5, с. 84]. Хикметы призывали народ к честности, справедливости, доброжелательности и терпению, с одной стороны, продолжая традицию морально-нравственного отношения к людям, обществу, природе, способствовали распространению и укреплению нравственности в качестве обоснованной целостной религиозно-философской доктрины, что вносило свой вклад в сохранение нравственного здоровья всего общества.

1. Ходжа Ахмет Ясави. Сборник хикметов. Туркестан, 2015.- 344 с.
2. <http://natalya-telezhinskaya.ru> 2021/01/15
3. Шедевры древней казахской литературы . <https://silkadv.com/ru/node>
4. Байтенова Н.Ж. Ходжа Ахмет Яссауи - основоположник тюркской ветви суфизма. // Вестник КазНУ 2012. - № 2 (39). - С. 4-10.
5. Конратбаев А.К. Полное собрание сочинений. - Алматы: Издательский дом «МерСал», 2004. - Т. 2: Проблемы тюркологии и востоковедения. 2004, - 518 с.

Абильмажинова Д.Е., Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова, факультет иностранных языков, МИФ(ия)-23-1р, магистрант
(Научный руководитель: к.ф.н., профессор кафедры иностранной филологии Какжанова Ф.А.)

МЕДИА-ДИСКУРС ТУРИЗМА: ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА И СТИЛЯ

В обширной области коммуникации дискурс служит фундаментальным строительным блоком, который формирует наше понимание мира, влияет на наши убеждения и способствует социальным взаимодействиям.

Термин «дискурс» впервые появился в лингвистике и было придано особое значение Э. Бенвенистом. Во французской лингвистике «discours» обозначало речь в общем смысле, а Бенвенист использовал этот термин для обозначения индивидуальной речи говорящего [Э. Бенвенист 1974: 139]. По определению Т.А. ван Дейка дискурс «в широком смысле слова, является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта» [Ван Дейк. Т.А. 1989: 121-122].

Дискурс можно классифицировать по функциональности (информативный, регулятивный, экспрессивный, перформативный), виду (устный, письменный) и контексту (академический, политический, медиа), а также по жанру (туризм), каждая из которых имеет свои особенности в различных контекстах и целях.

По мнению Н.А. Тюленевой, туристический дискурс представляет собой «особый тип рекламного дискурса, который совмещает различные формы рекламы в сфере туризма и направлен на

позиционирование и продвижение туристических услуг с использованием стратегий аргументации, обладающих лингвокогнитивным характером» [Гюленева Н.А. 2008].

Медиадискурс - «это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская Т. Г. 2006]

Основная часть

Туризм имеет значительное значение в контексте медиа-дискурса, поскольку он представляют собой важные темы и источники информации для журналистов и медиа. Он способствует привлечению внимания к различным регионам, достопримечательностям, традициям и культурным событиям, а также формируют представление о местных обычаях, истории и наследии. Для дальнейшего анализа был выбран туристический текст с заглавием «Город с головокружительными видами: 5 точек, с которых следует насладиться Рио-де-Жанейро». Исследование нацелено на анализ лингвистических и стилистических приемов, примененных в тексте с целью выявить способы передачи впечатлений о самом величественном и изумительном городе Бразилии.

Данный текст представляет собой описательную публикацию, ориентированную на использование лексики, характерной для дискурса в области туризма, с целью описать несколько пунктов, с которых рекомендуется насладиться видами на город Рио-де-Жанейро. В тексте применяются специализированные туристические термины, которые служат для характеристики различных достопримечательностей и особенностей местности.

В первом абзаце текста рассматривается «Гора Корковаду с изваянием Христа-Искупителя». Здесь закреплено употребление термина «Гора Корковаду», который преподносит географическую характеристику данного места и указывает на его туристическую привлекательность. Также в тексте присутствует упоминание изваяния Христа-Искупителя, исторического и культурного символа Рио-де-Жанейро, который также является объектом привлечения для туристов.

Во втором абзаце вводится «гора Пан-ди-Асукар (Сахарная Голова)». Здесь применение термина «гора» выражает физическую особенность местности, а дополнительное название «Сахарная Голова» добавляет индивидуальность и уникальность данного места. Также подчеркивается возможность подъема на фуникулере и обозрения панорамного вида, что является значимым фактом для туристов.

Третий абзац посвящен «горе Педра-да-Гавеа». В этом случае употребление термина «гора» указывает на географическую особенность местности, а также на возможности для энтузиастов экстремальных видов спорта. Упоминание «панорамного вида на гору Дойс-Ирманс и знаменитый пляж Ипанема» усиливает информацию об интересных туристических объектах и достопримечательностях данного района.

Четвертый абзац использует эпитеты и метафоры: «шикарный», «богачейший», «немаловажно», «умопомрачительные» придают положительное или эмоционально окрашенное значение описываемым объектам и усиливают их восприятие.

Пятый абзац открывается словами «Гавань Гуанабара». Здесь используется термин «гавань», характеризующий географическую особенность данного региона. Также упоминается «вид на город Пао-де-Асукар, гору Корковаду и знаменитый пляж Копакабана», что описывает прекрасную панораму, доступную с данного места.

Описание этих точек, сопровождающееся лексикой дискурса туризма, позволяет читателям представить себе привлекательность данных мест и облегчить процесс принятия решения о посещении данных достопримечательностей.

Фразеологизмы в данном тексте используются для создания образности, эмоционального оттенка и усиления впечатления, которое описываемые объекты производят на читателя. Фразеологические выражения являются устойчивыми оборотами, имеющими фиксированное значение и употребляемые в определенном контексте.

Например, выражение «символ пляжа Ипанема» указывает на значимость и узнаваемость горы Дойс-Ирманс, которая стала неперенным атрибутом этого пляжа. Это метафорическое выражение подчеркивает важность и символичность данного географического объекта.

Также выражение «Сахарная голова» является метафорическим названием для горы Корковадо, которая имеет форму сахарной пирамиды. Эта метафора помогает передать образность и запоминающийся образ горы, подчеркивая ее уникальность и узнаваемость.

Фразеологизмы также применяются для описания впечатляющих фотографий, например, выражение «умопомрачительные фото». Оно используется для подчеркивания потрясающей красоты и впечатляющего эффекта, который создают данные фотографии.

Наконец, метафорическое выражение «самый сумасшедший градостроительный проект в истории» относится к созданию города Бразилиа. Оно подчеркивает экстравагантность и непривычность этого проекта, выделяя его среди других градостроительных предприятий и делая его особенным и уникальным.

Таким образом, фразеологизмы и метафоры в тексте используются для создания более яркого, образного и запоминающегося описания географических объектов, культурных символов и особенностей описываемого места. Они помогают привлечь внимание читателя и передать глубину и выразительность описываемых явлений.

В представленном тексте были применены разнообразные риторические приемы для увлечения читателей или зрителей. Эти приемы способствуют созданию эмоционального и эффектного воздействия на аудиторию, увлекая ее внимание и вызывая интерес к описываемым местам.

Прежде всего, в тексте заметно использование эпитетов, которые служат для выражения эмоций и создания образов. Понятие «головокружительные виды» вызывает ощущение захватывающей красоты, а «классический вид» подразумевает наличие образа, знакомого и признакового для данного места. Помимо этого, использование сравнений и контрастов способствует созданию остроты и динамичности текста. Описание видов, как «самая красивая панорама», усиливает эффект уникальности и превосходства.

Риторические вопросы в тексте наглядно демонстрируют прием привлечения внимания читателей и стимулируют их активное участие в чтении. Читатель, задумавшись над вопросом «Откуда лучше всего любоваться одним из крупнейших городов Бразилии?», ощущает свою важность и значимость в процессе осмысления информации.

Структурированные списки и перечисления в тексте, такие как «5 точек, с которых нужно полюбоваться на Рио-де-Жанейро», являются упорядоченным способом представления информации. Они придают тексту систематичность и четкость, позволяя читателям ориентироваться в предлагаемых местах и ясно уловить намерения автора.

Необходимо отметить, что ссылаясь на ЮНЕСКО и включая рассматриваемые места в список всемирного наследия, автор придает им дополнительную значимость и авторитетность. Общая характеристика вышеуказанных риторических приемов позволяет установить, что их использование в данном тексте направлено на создание привлекательного и увлекательного эффекта, который привлекает внимание и вызывает интерес читателей к представленным видам в Рио-де-Жанейро.

В тексте широко использован информативный стиль, в основе которого лежит передача объективной информации о достопримечательностях города. Используется описание географического положения каждой точки обзора и характеристик местности, сделав статью более наглядной и понятной для читателя.

Однако, помимо нейтральной передачи фактов, автор не остается равнодушным и выражает свои эмоциональные оценки каждой точки обзора, отмечая их красоту и привлекательность. Это придает тексту живостью и позволяет читателю лучше воспринять и оценить панорамные виды, описываемые в статье.

Дополнительно, использовалась цитата известного бразильского архитектора Оскара Нимейера, что придает тексту дополнительную авторитетность и интерес. «Когда в Европе меня спросили, какой самый красивый в мире город, я ответил: „Рио-де-Жанейро, а затем Нитерой, потому что оттуда можно смотреть на Рио“».

Повествовательный стиль является основой текста, где автор передает информацию и делится своими эмоциями с читателем. Также в тексте использованы иностранные слова, такие как «ЮНЕСКО» и «funicular», что придает публикации точности и аутентичности.

Структура статьи также заслуживает внимания, с заголовками и подзаголовками, организованными в форме списка, поскольку она позволяет читателю быстро найти интересующую его информацию. Каждый заголовок отображает конкретное место с головокружительным видом на Рио-де-Жанейро, что делает статью структурированной и легкой для чтения. Подзаголовки дополняют заголовки, предоставляя более подробную информацию о каждой локации и ее особенностях. Это помогает читателю выбрать интересующую его точку обзора без необходимости читать всю статью.

Таким образом, представленный текст обладает информативно-повествовательным стилем, использует разнообразные приемы для привлечения внимания читателя и передает интересную и полезную информацию о путешествии в Рио-де-Жанейро. Вокруг Света.

В заключении можно отметить, что медиа-дискурс в сфере туризма является ключевым фактором, формирующим образы и впечатления о различных регионах и культурных событиях. В статье был рассмотрен туристический текст, который в своем использовании применял специализированную лексику и стилистику для передачи особенностей и достопримечательностей города Рио-де-Жанейро. Умелое применение риторических приемов позволило создать привлекательность и интерес к описываемым местам. Повествовательный стиль и организация текста в форме списка делают его легким для чтения и информативным. В результате, данный текст помогает читателю представить себе привлекательность и уникальность города Рио-де-Жанейро и внушает желание посетить этот прекрасный город Бразилии. Медиа-дискурс связан с туризмом, так как они взаимно влияют друг на друга и играют важную роль в формировании образа и мнения о различных направлениях и регионах. Открытая и интересная стилистика, использованная в данной статье, позволяет привлечь внимание аудитории и показать преимущества и привлекательность предлагаемых туристических направлений. В результате, медиа-дискурс становится сильным инструментом распространения информации и привлечения туристов, что способствует развитию культурного туризма и сохранению и популяризации разнообразия культурного наследия в разных частях мира.

Необходимо продолжать исследования в области медиа-дискурса туризма, чтобы лучше понять его особенности и возможности в контексте современного общества.

1. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист. — Москва : «Прогресс», 1974. - С. 139.
2. Ван Дейк. Т.А. Язык Познание. Коммуникация / Д. Т.А.ван. — Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. - С. 121-122.
3. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе // автореф. дис.....канд. филол. наук. Екатеринбург. - 2008
4. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». 2006.
5. Вольфсон, О. Город с головокружительными видами: 5 точек, с которых нужно полюбоваться на Рио-де-Жанейро [Электронный ресурс] / О. Вольфсон // Вокруг Света. — 2018. — URL: <https://www.vokrugsveta.ru/articles/gorod-boga-5-golovokruzitelny-x-vidov-rio-de-zaneiro-303210-id608091/>.

Алмасова А.А., Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, филология факультеті, ҚЖ-41-20, студент
(Ғылыми жетекшісі – PhD, профессордың ассистенті Амангелдиева Г. С.)

ДАТА-ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ МЕДИАТРЕНТ РЕТІНДЕГІ СИПАТЫ

Data-журналистика – «деректер» ұғымын «үлкен көлемдегі деректер» ұғымымен енді. «Ашық деректер» терминіне алғашқы сілтеме 1995 жылы пайда болды [1, 18р.], ал журналистикада ашық деректерді белсенді қолдану және бұл ұғымды талқылау 2000 жылдардың ортасынан басталады.

Жалпы тарихына үңілсек, 1821 жылы The Guardian басылымында Ұлыбританияның әртүрлі университеттеріндегі жоғары білімнің құнын зерттеген көлемді мақала жарыққа шықты. Журналистік тәжірибеде алғаш рет «оқырмандар үшін барлық деректерді ашық ұсынғаны» үшін жұмыс оң пікірлерге ие болды.

Деректер журналистикасы жанрындағы келесі жарқын мақала – журналист Флоренс Найтингейлдің зерттеу жұмысы. Оның 54 беттік зерттеуі 1858 жылы британ армиясының штатындағы жағдай мен жыл сайынғы шығындарды талдауға бағытталған. Автор өзінің ауқымды зерттеуінде кестелік көрініс пен диаграммаларға аударылған деректердің үлкен көлемін келтіреді. Найтингейлдің зерттеуі толыққанды журналистік тергеу болып табылады, оның қорытындысы білгілі бір жас аралығындағы әскердегі өлім саны бейбіт тұрғындардың өлімінен екі есе дерлік жоғары екендігін дәлелдеп берді [2, 73с.].

Қазіргі уақытта қолда бар құралдар мен деректерді пайдалана отырып, журналистке жаңа сюжеттерді табуға (табылған деректер пакеттеріне тереңірек үңіліп, оларды құрылымдау және талдау арқылы), сондай-ақ оларды кең оқырмандарға ұсыну үшін визуализациялауға болады. Бұл ретте, деректерге неғұрлым егжей-тегжейлі сұнғу, кешенді тәуелділіктер мен корреляцияларды іздеу неғұрлым кешенді құралдарды (SPSS, R Studio) пайдалануды және белгілі бір бағдарламалау дағдыларының болуын (MySQL жүйелері, Python тілі және т.б. негізінде) пайдалануды талап етеді [3].

Диджитализация дәуірінде цифрлық деректердің көлемі соншалықты өсуде, ол Big Data ішіндегі жеке салаға айналды және онымен жұмыс істеу үшін бірнеше жаңа мамандықтар пайда болды.

Дата-журналист – бұл жаңалықтар мен мақалалар жазу үшін үлкен деректерді жинайтын және талдайтын маман. Дата-журналист оларды мемлекеттік қызметтер мен коммерциялық емес ұйымдардың жария есептерінен, жеке қызметтер мен аналитикалық агенттіктердің статистикасынан іздейді, мәліметтер базасын және басқа дереккөздерді зерттейді.

Дата-журналистің міндеті – деректерді зерттеу және оларды көрнекі түрде ұсыну: графиктер, кестелер немесе аудитория түсінетін жеке веб-беттер түрінде. Яғни, дата-журналист қарапайым оқырмандар үшін түсінікті форматтарға тек мамандар ғана түсіне алатын ауқымды деректерді жүйелеп береді.

Мысалы, коронавирустық пандемияның басында The Washington Post SARS-Cov-2 таралу әлеуметтік қашықтықтың нәтижесінде маңызды екенін түсіндіретін мақала шығарды [4]. Мақаладағы деректер көпті таңқалдыра қоймады, бірақ олардың барлығы да негізге сай жасалған болатын. Нәтижесінде COVID-19 әсерінен көптеген елдердегі өлім санының жалпы көрінісі айқын көрініс тапты.

Covid-19 бойынша әлемде зерттеу өте қарқынды жүрді. 2023 жылғы деректерге сүйеніп өте қызықты инфографикаларды кезіктіре аламыз.

Мәселен [BBC NEWS](#) агенттігіні мынадай деректі ұсынады: