

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

ӘОЖ 81:276 (043)

Қолжазба құқығында

ПИЯЗБАЕВА АҚМАРАЛ БЕЙСЕНКУЛОВНА

**Экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы:
дәстүрлі және заманауи модус**

8D02303 – Лингвистика

Философия докторы (PhD)
дәрежесін алу үшін дайындалған диссертация

Отандық ғылыми кеңесші:
филология ғылымдарының
кандидаты, қауымдастырылған
профессор Фазылжан А.М.
(Алматы, Қазақстан)

Шетелдік ғылыми кеңесші:
PhD, қауымдастырылған профессор
Л. Уракова Йанч (Анкара, Түркия)

Қазақстан Республикасы
Алматы, 2026

МАЗМҰНЫ

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР	3
АНЫҚТАМАЛАР	4
КІРІСПЕ	8
1 ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНАНЫ ЗЕРТТЕУДІҢ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ	20
1.1 Тіл, ұлттық сана, ұлттың экономикалық санасы және экономикалық сананың құрылымдық компоненттері	20
1.2 Тіл мен экономиканың байланысын зерттеудің заманауи бағыттары мен әдістері	39
1.3 Лингвистикадағы тілдік репрезентация ұғымы	53
1.4 Тілдік репрезентациясы негізінде экономикалық сананың кезендестірілуі	58
1- бөлім бойынша қорытынды	76
2 ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНА ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНЫҢ ДӘСТҮРЛІ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ МОДУС ТІЛДЕРІНДЕГІ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ	79
2.1 Экономикалық сана трансформациясы: дәстүрлі және заманауи модус ұғымы	79
2.2 Экономикалық сананың дәстүрлі модус тіліндегі репрезентациясы	88
2.3 Экономикалық сананың заманауи модус тіліндегі репрезентациясы	108
3 ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНА ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНЫҢ КЕҢЕСТІК ЖӘНЕ ТӘУЕЛСІЗДІК КЕЗЕҢ МОДУС ТІЛДЕРІНДЕГІ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ	124
3.1 Тілдік қауымдастық экономикалық санасының кеңестік және тәуелсіздік кезеңдер лексикасындағы көрінісі: квантитивті лингвостатистикалық талдау	124
3.2 Кеңестік және тәуелсіздік кезеңдер лексикасындағы экономикалық сана репрезентациясын квалитативті лингвистикалық талдау	134
ҚОРЫТЫНДЫ	151
ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР	155
ҚОСЫМША А - «Қазақтілді тұтынушының тілдік портреті» сауалнама сұрақтары	168
ҚОСЫМША Ә - Сауалнама сұрақтарын құрастырушылар	178
ҚОСЫМША Б – Жиілік сөздік. Экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі бойынша тізбегі	180

НОРМАТИВТІК СІЛТЕМЕЛЕР

Диссертациялық жұмыста келесі мемлекеттік стандарттарға сілтемелер қолданылды:

1. Қазақстан Республикасы Президентінің 2022 жылғы 16 наурыздағы «Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру жолы» атты Қазақстан халқына жолдауы;

2. «Қазақстан Республикасындағы тіл саясатын іске асырудың 2020-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 желтоқсандағы № 1045 қаулысы;

3. Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2025 жылғы 8 қыркүйектегі «Жасанды интеллект дәріндегі Қазақстан: өзекті мәселелер және оны түбегейлі цифрлық өзгерістер арқылы шешу» атты Қазақстан халқына жолдауы;

4. Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2024 жылғы 2 қыркүйектегі «Әділетті Қазақстан: заң мен тәртіп, экономикалық өсім, қоғамдық оптимизм» атты Қазақстан халқына Жолдауы;

5. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2023 жылғы 1 қыркүйектегі «Әділетті Қазақстанның экономикалық бағдары» атты Қазақстан халқына Жолдауы

6. Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2022 жылғы 1 қыркүйектегі «Әділетті мемлекет. Біртұтас ұлт. Берекелі қоғам» атты Қазақстан халқына жолдауы;

7. Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың 2021 жылғы 1 қыркүйектегі «Халық бірлігі және жүйелі реформалар – ел өркендеуінің берік негізі» атты Қазақстан халқына жолдауы;

АНЫҚТАМАЛАР

Сана – құрылымдық жағынан өзара заңды байланысқан әртүрлі элементтерден тұратын біртұтас жүйе. Диссетаациялық жұмыста осы анықтамаға мәдени-тарихи психологиядағы Л.Выгодский, А.Р.Лурия сынды ғалымдардың идеясына сүйенеді.

Ұлттық сана – белгілі бір этностың тарихи-мәдени тәжірибесі, дүниетанымы мен құндылықтық жүйесін бейнелейтін, ұжымдық деңгейде қалыптасқан әлеуметтік-психологиялық және когнитивтік құрылым.

Экономикалық сана – белгілі бір заңдылық бойынша бір-бірімен иерархиялық қатынастағы элементтерден құралған объективті экономикалық шындықтың экономикалық субъекті психикасында көрініс тапқан тұтас жүйелік бейнеленуі, тек рационалды немесе утилитарлық пайымдауға негізделген құрылым емес, ол ұлттың мәдени-әлеуметтік кодтарына, өмірлік тәжірибесіне, құндылық жүйесіне, тілдік ресурстарына сүйенетін күрделі когнитивтік жүйе.

Экономикалық сананың эмпирикалық немесе тұрмыстық деңгейі – қарапайым экономикалық білім, дүниетаным, өмірлік тәжірибе ретінде күнделікті өмірде көрінеді.

Экономикалық сананың теориялық деңгейі – ғылыми білім арқылы экономикалық заң, категория, идеяларда көрініс табады. Ол экономика ғылымымен тығыз байланыста болады.

Экономикалық сананың тілдік репрезентациясы – экономикалық ұғымдардың, концептілердің, терминдердің ұлттық тілде бейнеленуі.

Ұлттың экономикалық санасы – ұлттың экономикалық ақиқатын көрсететін және белгілі бір тарихи сәтте қоғамның экономикалық өмірінің әртүрлі құбылыстарына қатысын білдіретін экономикалық қатынастардың, экономикалық теориялар мен білімдердің, әлеуметтік қажеттіліктердің, идеялардың, шаруашылық жүргізуші субъектілердің көзқарастарының жиынтығы.

Қазақ ұлтының экономикалық санасы – қазақ этносына тән әлеуметтік-экономикалық болмысына, дәстүрлі тіршілік салтына, танымына мәдени құндылықтарына негізделіп қалыптасқан кешенді ұғым.

Қоғамдық сана – бұл белгілі бір қоғам мүшелерінің ортақ наным-сенімдері мен сезімдерінің жиынтығынан туындайтын бірдей түсініктердің жүйесі. Ол әртүрлі әлеуметтік қауымдастықтардың өмір сүру үдерісінде пайда болатын, адамдардың әлемге және өздеріне деген қатынастарының рухани тәсілдерінің жүйесі, қоғамның өзінің қоғамдық болмысын және қоршаған ортаны түйсінудің (осознание) нәтижесінде пайда болатын қоғамдағы әр түрлі пікірлердің, теориялардың, идеялардың, діни сенімдердің жиынтығы.

Қоғамдық сананың түрлері – адам санасында объективті әлем мен әлеуметтік болмыстың көрініс беруінің түрлі формалары түсініледі.

Ұжымдық экономикалық сана – бұл белгілі бір әлеуметтік топтың немесе этностың экономикалық құндылықтары, тәжірибесі және мінез-құлық модельдері негізінде қалыптасатын когнитивтік құрылым. Ол тек индивидтік

деңгейде емес, тұтас қауымдастықтың тарихи, мәдени және әлеуметтік-экономикалық даму жолын бейнелейді. Ұжымдық экономикалық сана тіл арқылы объективтеніп, ұрпақтан ұрпаққа берілетін концептуалды білім ретінде көрініс табады.

Лингвистикалық экономика – тілдік жүйенің ішкі үнем заңы мен құрылымдық тиімділігін зерттейтін бағыт (мысалы, тілдегі қысқару, синтаксистік үнем, когнитивтік үнем т.б.).

Лингвоэкономика – экономикалық құбылыстардың тілдік бейнесін, экономикалық дискурстың ерекшеліктерін зерттейтін пәнаралық сала, яғни экономика тілі мен экономикалық сананың тілдік көрінісін талдайды.

Лингвономика – экономикалық атаулардың (бренд, компания, сауда маркасы, өнім атауы) тілдік табиғатын зерттейтін сала.

Экономика тілі – экономикалық салада қолданылатын арнайы кәсіби тіл мен терминологиялық жүйенің жиынтығы.

Лингвоэкономика мен әлеуметтік лингвистиканың бір-бірінен айырмашылығы – лингвономика тілді және тілге байланысты құбылыстар мен заңдылықтарды жалпы экономикалық ұғымдар мен заңдылықтардың аясында, соның көрінісі ретінде қарастырады.

Жұмсақ күш саясаты – күштеу немесе бопсалау арқылы емес, серіктестерді өз еркімен қатыстыру арқылы дітіне жету, бұл – «ақпарат пен образдардың билігі», «жұмсақ күштің» басты қасиеттеріне бейматериалдылығы, ақпараттылығы мен қозғалмалығы жатады.

Қазақтілді кәсіпкер – ұлттық тілге табан тіреген және бизнес ақпарат контентін қазақ тілінде жасап, ұлттық экономиканың дамуына негіз болатын кәсіпкерлік қызметпен айналысатын, кәсіпорын құру үшін қаражат іздеп табатын және сол тапқан қаражатымен кәсіпкерлік тәуекелдікке бас тігетін адам.

Қазақтілді тұтынушы – экономикалық кеңістікте түрлі қарым-қатынастарға түсу барысында (тауар не өнім сатып алу, қызмет алу, т.б) коммуникация тілі ретінде қазақ тілін таңдайтын адам.

Кері байланыс механизмі <ағыл. feedback mechanisms> – 2013 жылы әйгілі экономист-ғалым М. Keith Chen анықтаған механизм. Тілдің беделі көтерілген сайын, тілді қолданушылардың саны артатын тенденцияны зерттеуге мүмкіндік береді.

Сыртқы желілік әсер механизмі (Network externalities) – бұл механизм желілік әсерлер тілді таңдаудың тек жеке деңгейдегі шешім ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік ортаның ықпалынан туындайтын координациялық әрекет екенін көрсетеді.

Джон және Йи моделі – әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдарда қолданылатын теориялық үлгі. Жүйенің немесе құбылыстың құрылымдық элементтері арасындағы өзара байланысты, кері байланыс механизмдерін және трансформация үдерістерін сипаттауға арналған аналитикалық үлгі. Ол күрделі жүйелердегі өзгерістерді (мысалы, тілдік сана, мәдени бейімделу, экономикалық мінез-құлық, экономикалық сана, тілдік репрезентация) динамикалық тұрғыдан зерттеуге мүмкіндік береді.

Д.Абрамс пен С.Строгац ұсынған «Abrams and Strogatz's model» – 2003 жылы физик-математик Даниэль Абрамс пен Стивен Строгац ұсынған тілдік ауысу (language shift) үдерісін математикалық тұрғыдан сипаттайтын модель. Бұл үлгі социолінгвистика мен математикалық лингвистикада кеңінен қолданылады. Ол тілдік қауымдастықтың бір тілден екінші тілге көшу ықтималдығын әлеуметтік бедел (status), демографиялық факторлар және коммуникативтік қажеттіліктерге негіздейді.

Неттл моделі – британдық социолінгвист және антрополог Даниел Неттл (Daniel Nettle) ұсынған тілдердің өмір сүру ұзақтығы мен жойылу ықтималдығын әлеуметтік-демографиялық факторлар мен қауымдастықтың көлеміне негіздей отырып түсіндіретін теориялық-математикалық модель.

Тілдік капитал – индивидтің немесе әлеуметтік топтың тілдік құзыреттері мен коммуникативтік дағдыларына негізделген, әлеуметтік мәртебе, билік пен ресурстарға қол жеткізуге мүмкіндік беретін символикалық капиталдың бір түрі.

Тіл саясаты экономикасы – мемлекеттік деңгейде тіл саясатының ұлттық экономикаға әсерін зерттейді, әсіресе көптілді білім беру жүйесін енгізу немесе тілдік кедергілерді азайту арқылы экономикалық өсуді қамтамасыз етудің жолдарын қарастырады.

Тілдік репрезентация – тіл мен таным, тіл мен мәдениет арасындағы күрделі байланысты зерттеуге мүмкіндік беретін негізгі теориялық категориялардың бірі. Дискурста вербалданған шындықтың тілдік таңбада бейнеленуі.

Мәдени-тілдік код – қазақ ұлтының танымын, құндылықтарын, ғасырлар бойы жинақталған тарихи тәжірибесін және ұлттық болмысын білдірудің негізгі тетігі.

Менталдық репрезентация – бұл адам санасының әлем туралы білімдерінің бейнеленуі, яғни белгілі бір сөздің немесе ұғымның артында жатқан танымдық құрылым. Мұндай құрылымдарға концептер, фреймдер, сценарийлер, образдар, менталдық модельдер, прототиптер жатады.

Ұлттық танымдық қабаттың сақталуы – қазақ тіліндегі дәстүрлі атаулар (еңбек, адал табыс, береке, ырыс, несібе) жаңа ұғымдармен қатар қолданылып, ұлттық экономикалық санада жалғастық орнатуы.

Модус – сөйлеушінің ойлау үдерісін тілдік деңгейде құрылымдайтын құрал.

Менталдық модус – сөйлеушінің ақпаратты қабылдау және когнитивтік өңдеу тәсілін сипаттайды.

Сенсорлық модус – перцептивтік қабылдауды білдіреді.

Эмотивтік модус – эмоционалдық реакцияны білдіреді.

Волевтік модус – тілек пен ерікті білдіреді.

Ауызша модус – тілдің тарихи, алғашқы және табиғи формасы ретінде қарастырылады. Ауызша модус сөйлеуші мен тыңдаушы арасындағы тікелей акустикалық қарым-қатынасқа негізделеді.

Жазба модус – визуалды сигналға негізделіп, тілдің графикалық код арқылы репрезенттеледі. Бұл форма тарихи жағынан кешірек пайда болғанымен, мәдени өркениет аясында ерекше беделге ие болды. Жазба дискурста

интеграция, күрделі синтаксистік құрылымдар, есімшелік, көсемшелік конструкциялар тағы басқалар басым қолданылады.

Дәстүрлі модус – сөйлемде сөйлеушінің пікірін, бағасын, эмоциясын немесе коммуникативтік мақсатын емес, тек құбылыстың, оқиғаның объективті мазмұнын бейтарап жеткізуге бағытталған модальділік түрі.

Заманауи модус – сөйлеушінің тілдік тұлға ретіндегі субъективті көзқарасын, бағасын, коммуникативтік ниетін, эмоциясын, сонымен қатар әлеуметтік-мәдени контексте бейнелейтін, модальділік жүйенің жаңаша теориялық үлгісі.

Кеңестік кезең модусы – кеңес идеологиясына сай қоғамдық-саяси дискурстағы фактілерді жеткізудің, бағалаудың және интерпретациялаудың тілдік-прагматикалық жүйесі

Тәуелсіздік кезең модусы – Қазақстанның тәуелсіздік жылдарындағы тілдік сананы, қоғамдық ойды және дискурсты сипаттайтын, ұлттық бірегейлік пен егемендікті, еркіндік пен демократиялық құндылықтарды айқындайтын тілдік-прагматикалық модальділік жүйесі.

Тілдік қауымдастық – ортақ тілдік нормаларды, сөйлеу кодын және коммуникативтік құндылықтарды меңгерген, тіл арқылы өзара әрекеттесетін әлеуметтік топ.

Тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы – белгілі бір халықтың немесе әлеуметтік топтың шаруашылық-экономикалық тәжірибесі мен құндылықтары негізінде қалыптасқан дүниетанымдық, когнитивтік және тілдік бейнесі. Ол тілде арнайы экономикалық лексика, метафоралар, мақал-мәтелдер, символдар және дискурстық үлгілер арқылы көрінеді.

КІРІСПЕ

Зерттеудің өзектілігі. Қазіргі қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық өзгерістер тілдік санада, экономикалық дүниетанымда айқын көрініс тауып отыр. Экономикалық сана – белгілі бір тілдік қауымдастықтың еңбекке, меншікке, табысқа, байлық пен кедейлікке, нарық пен айырбасқа, шаруашылық жүргізуге қатасты көзқарасын, құндылықтық бағдарын бейнелейтін әлеуметтік-мәдени феномен. Қазақ қоғамының тарихи дамуында бұл сана дәстүрлі шаруашылық-мәдени тәжірибелер арқылы қалыптасып, кейін кеңестік кезеңде социалистік идеология ықпалымен түрленді, ал тәуелсіздік алғаннан кейін нарықтық қатынастар мен жаһандық үдерістердің ықпалымен жаңа сипатқа ие болды.

Әлемдегі кез келген дамыған елдің ұлттық экономикасы сол қоғамның түрлі салада даму динамикасына әсер етеді. Мемлекеттің экономикалық жетістіктерінің артында оның шаруашылығы, тілі мен мәдениеті арасындағы ұштағандық берік байланыс бар. Елдің әлеуметтік-экономикалық салаларын дамытуда тілдің қызметі зор. Тіл білу – адам капиталын құраушы негізгі құрал болғандықтан, тіл мен экономика байланысын зерттеу диссертациялық жұмысты өзекті етіп отыр. Экономикалық сана кез келген сана түрі сияқты тіл арқылы трансформацияланады, жетіледі. Сананың көрінісі тілде жүйелі түрде репрезентацияланады, бұл репрезентанттар әмбебап сипатта болады, әсіресе лексикалық қабаттағы өзгерістер басқаға қарағанда жылдам, тез жүреді. Мысалы, қазақ тілінде күнделікті қолданысқа еніп кеткен шаруашылық жүргізуге қатысты кейбір сөздердің этимологиясын қазбалағанда, олардың, сайып келгенде, атакәсіпке, тарихи кезең экономикалық реалийіне, құбылыс пен қатынасқа қатысты екенін байқаймыз. Егер халық көшпенді болса, малшаруашылығына қатысты, ал отырықшы болса, отырықшылыққа негіз болған экономикалық қатынастар, шаруашылық жүргізу ерекшеліктері тілдегі құбылыс атауларына себеп болады.

Диссертациялық жұмыста тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы тәуелсіздік алғанға дейінгі және тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңдерге бөлініп анықталды. Бұл кезеңдерді бөліп алудың мақсаты – Тәуелсіздіктің экономикалық сана өзгерісіне, сәйкесінше тілдегі сол өзгерістің көрінісіне әсерін тәуелсіздікке дейінгі кезеңмен айқын әрі бедерлі салғастыру арқылы анықтау. Бір-біріне қарама-қарсы қаралған тәуелсіздікке дейінгі және тәуелсіздіктен кейінгі кезеңнің алғашқысы – тарихи-дәстүрлі және кеңестік екі кесіндіде қаралды.

Сонымен бірге диссертациялық зерттеу материалдары шартты түрде өзара бинарлы оппозициядағы дәстүрлі және заманауи, кеңестік кезең және тәуелсіздік кезең төрт модус тұрғысынан талданды. Модустардың хронологиялық кесіндісі кезеңдермен тұспа-тұс келетіні, дөп келмейтіні де бар.

Дәстүрлі модуста мәдени маркерлі бірліктердің этнографиялық-лексикографиялық еңбектерге сүйене отырып, мәдени кодтары ашылды. Кеңестік кезең модусында *бай*, *саудагер* сияқты сөз-концептілердің семантикасы

жағымсыз сипатта көрсетіліп, тәуелсіздік кезең модусында олар қайта оң мағынамен жаңғырғаны анықталды.

Заманауи модуста кеңестік және тәуелсіздік алғаннан кейінгі экономикалық сананың тілде көрініс тапқан репрезентанттарына талдау жасалды. Қазіргі қазақ кәсіпкерлік дискурсы лексикасының лингвостатистикасы шығарылды. Ол үшін квантитативті әдіс қолданылды.

Дәстүрлі модус жағдайында шаруашылыққа қатысты доминантық ұғымдар ауыл, жер, еңбек сияқты лексемалар арқылы көрінсе, қазіргі кезеңде олардың орнын *компания, бренд, инвестиция, табыс, доллар, теңге, қаржы, база, өнім, технология, сақтандыру* сияқты нарықтық экономикаға тән терминдер басып отыр. Бұл өзгеріс ұлттық экономикалық дүниетанымның жаңа концептуалдық өрістермен толығып, экономикалық лексиканың құрылымы мен басымдықтарының айтарлықтай ауысқанын білдіреді.

Заманауи модус өз ішінде кеңестік және тәуелсіздік кезең болып екіге бөлініп қаралғандығы жоғарыда айтылды. Соған сәйкес Қазақстан тәуелсіздік алғанға дейінгі және кейінгі кезеңдердегі тілдік өзгерістер негізінде қазақ ұлтының экономикалық санасының трансформациясы зерттелді, яғни қазақстандық қоғамдық сананың бір түрі ретінде экономикалық сананың қаншалықты өзгеріске түскенін, оның лексикалық өрісінің қаншалықты кеңігендігін көрсету үшін лексикографиялық еңбектердегі экономикалық дискурста тән тілдік бірліктердің саны мен сапасы талданды.

Диссертациялық жұмыстың ғылыми болжамы бойынша кеңестік кезеңнің көрінісі ретіндегі Онтондық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігіндегі» (1959, 1976, 1980, 1982, 1983, 1985, 1986) экономикалық дискурста қатысты тілдік бірліктердің семантикасы өте тар болуы әбден мүмкін, себебі ол кезде Қазақстан экономикасы тәуелді түрде дамыды. Қоғамның экономикалық санасы қазіргіге қарағанда әлдеқайда баяу, салғырт дамыды. Зерттеу болжамының расталғанын тәуелсіздік алғаннан кейінгі жарыққа шыққан Онбестондық «Қазақ әдеби тілінің сөздігіндегі» (Алматы, 2011) экономикаға қатысты лексикалық бірліктердің талдауы дәлелдей түсті. Екі кезең сөздіктерін салыстырғанда, соңғы сөздікте сөздердің семантикалық өрісі әлдеқайда кеңейгені байқалды. Экономикалық дискурста тән лексикалық бірлік саны артқаны анықталды.

Сонымен қатар диссертациялық жұмыста қазақ тіл ғылымында алғаш рет қазақ лингвистикасын әлемдік лингвистикамен және басқа ғылым саласы – экономикамен байланыстыруға талпыныс жасалды. Бұған дейін экономика мен тілдің арасындағы байланыс туралы тек қана болжалды, жалпылама ізденістер жүргізілсе, қазіргі әлемдік лингвистикада бұл сала бойынша нақты зерттеулер бар.

Зерттеу нысаны. Экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы.

Зерттеу пәні. Экономикалық сананың тілдегі репрезентанттары: тілдік бірліктердің түсіндірме-лексикографиялық және энциклопедиялық еңбектердегі көрінісі.

Зерттеудің мақсаты – тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы трансформациясы дәстүрлі, заманауи және кеңестік, тәуелсіздік кезең модустарындағы тілдік репрезентанттарын анықтау, салғастыра кешенді талдау.

Зерттеудің мақсатына қол жеткізу үшін төмендегідей **міндеттердің** шешімін табу көзделді:

– экономикалық сананың тілдік репрезентациясын алғаш рет модустық тұрғыда кешенді талдау;

– кеңестік және тәуелсіздік кезеңдердегі экономикалық лексиканың квалитативті, квантитативті, семантикалық трансформациясын дәлелдеу;

– қазіргі қазақ кәсіпкерлік дискурс мәтінінің лингвостатистикалық сипаттамасын жасау;

– қазақ тіліндегі экономикалық атау, ұғым, терминдердің әр кезеңдегі, модустағы мағыналық өрісі мен өзгерісін жүйелеу;

– дәстүрлі модус пен заманауи модустың айырмашылығын репрезентациялайтын тілдік бірліктерді анықтау;

– тіл – экономикалық сананың модельдеуші тетігі екенін қалыптасқан теориялық тұжырымдар арқылы негіздеу.

Зерттеудің әдістері. Диссертациялық жұмыста тілдік қауымдастықтың экономикалық санасындағы өзгерістерді тілдік деректер арқылы анықтау мақсатында кешенді тілтанымдық және пәнаралық әдіс-тәсілдер қолданылды. Әдістердің бұлай таңдалуы экономикалық сана, тіл және экономика арасындағы қатынас сияқты зерттеу нысанының күрделілігіне байланысты болды.

Диссертациялық жұмыста қолданылған әдіс-тәсілдер:

– квалитативті (сапалық) талдау – бұл әдіс арқылы сөздердің семантикалық құрылымы, концептуалдық мазмұны және мәдени кодтары талданды. Мысалы, *бай, нарық, ақша* секілді ұғымдардың дәстүрлі және қазіргі мағыналық сипаты сарапталды;

– квантитативті (сандық) талдау – сандық талдау әдісі арқылы қазіргі қазақ тіліндегі кәсіпкерлік дискурстағы сөздердің жиілігі есептелді. Бұл зерттеуде жиілік – атаулардың, ұғымдардың, терминдердің қоғамдық санада орныққандығын көрсететін индикатор ретінде қаралды;

– лексика-семантикалық талдау – тілдегі экономикалық терминдердің мағыналық өзгерісі мен жаңа тіркес құрамында қолданылу жиілігі салыстырмалы түрде зерттелді. Бұл әдіс семантикалық өрістің кеңеюін дәлелдеуде маңызды рөл атқарды;

– лингвостатистикалық әдіс – сөздердің мәтіндегі қайталану жиілігі мен үлесі есептеліп, нақты статистикалық кестелер жасалды. Бұл әдіс арқылы экономикалық ұғымдардың тілдік репрезентациясы сандық тұрғыда көрсетілді;

– салыстырмалы-сипаттамалы әдіс – кеңестік және тәуелсіздік кезеңіндегі лексикалық бірліктердің сандық-сапалық тұрғыдан ерекшеліктері салыстырылып, экономикалық сана трансформациясының тілдік көрінісі сипатталды;

– модустық талдау (мәдени, дәстүрлі, заманауи, кезеңдік) – экономикалық сана әртүрлі мәдени кезеңдер шеңберінде (дәстүрлі, заманауи) зерттеліп, тілдегі көрінісі модустар арқылы интерпретацияланды.

Зерттеудің теориялық-әдіснамалық базасы. Отандық және әлемдік лингвистикадағы диссертация тақырыбына тікелей және жанама қатысы бар ғалымдардың іргелі, қолданбалы зерттеулерімен танысып, олардың біршамасының теориялық тұжырымдарына диссертациялық жұмыста шолу, сілтеме жасалды. Атап айтқанда:

– тіл мен сананың өзара қатынасы ұлттық менталитет, концептология, когнитивтік лингвистика және тілдік сананың құрылымы мәселелері туралы (Ә. Қайдар, Н. Уәли, Ж. Манкеева, З. Ахметжанова, Р.С. Әмір, Ғ. Есім, Б. Момынова, Г. Мәдиева, Р. Авакова, А. Салқынбай, Қ. Рысберген, Н.Ж. Шәймерденова, Ш. Құрманалиев, М. Шаяхметова, Қ. Күдерина, А. Фазылжанова, Ж. Ибраева, Қ. Есенова, М.Қ. Мәмбетова, Қ. Ғабитхан, Қ. Жаманбаева, А.Б. Әмірбекова, Г. Исаева, Э. Өтебаева т.б.);

– халықтың тілі мен рухани бірегейлігі, Тіл мен сананың ұлттық-мәдени контекстегі өзара байланысы жөнінде (Вильгельм фон Гумбольдт, Фердинанд де Соссюр, Эдвард Сапир, Б. Уорф);

– тіл мен сананың байланысын экономикалық контексте зертеу идеясын алғаш рет ұсынған ғалымдар (В. Гинсбург пен С. Вебер);

– еуропалық еңбек нарығын зерттеу бойынша (Ж. Прието);

– экономика мен тілдің байланысы жөнінде (В. Гинсбург, С. Вебер, М. Газзола, Б.А. Викстрём, Дж. Маршак, Ж. Мелиц, А. Смит, Ш. Давыдов, Д.В. Кадочников, Н.Ю. Одинг, А.О. Юшко, Л.И. Савулькин, А.Ю. Попов, В.Е. Чернявская, А.С. Акоюян, М.Л. Макаров, Е.Ф. Ковлакас, Г. Хазагерев, Я.М. Лейчик, Л.П. Крысин т.б.);

– экономикалық санаға қатысты кейбір мәселелер туралы (С.Н. Булгаков, И.А. Ильин, П.А. Флоренский, В.С. Соловьев, В. Зомбарт, Й. Шумпетер, А.Ф. Лазурский, С.Л. Франк, А.К. Уледов, В.П. Фофанов, В.К. Драчев, В.Д. Попов, А.И. Китов, В.С. Автономов, Т.С. Орлов, У. Белл, М. Вудкока, Дж. Гелбрейт, Ф. Махлупа, П. Хейне, Р. Бара, С. Лангер, Л.С. Барисова, В.Э. Бойко, Т.В. Дробышева, А.Л. Журавлев, Н.А. Журавлева, Т.И. Заславская, С.В. Ковалев, А.Б. Купрейченко, В.П. Позняков, Р.В. Рывкин, Ж.Т. Тощенко, А.В. Филиппов, В.А. Хашченко, Е.С. Шибанова, Е.В. Шорохов т.б.);

– тіл мен экономиканың өзара байланысын әртүрлі жылдары көптеген ғалымдар зерттеді (Хеллингер, Паувелс, Фишман, Гарсия, Спольский, Бэйли, Камерон, Лукас, Кит Чен, Гаццола, Грин және Викстром) зерттеулеріне шолу жасалды.

Зерттеудің дереккөздері мен материалдары. Диссертациялық жұмыста тілдік материал ретінде энциклопедиялық және лексикографиялық еңбектердегі экономикалық дискурста тән тілдік бірліктер экономикалық сана репрезентанттары ретінде алынып отыр. Зерттеуде қолданылған энциклопедиялық еңбектер: «Қазақ этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі» Энциклопедиясы (2017); «Қазақ совет

Энциклопедиясы» (1972-1978, 1972); «Қазақ энциклопедиясы» (1998 ж.); лексикографиялық еңбектер: Онбестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігі» (2011); Онтотмдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі (1959, 1976, 1980, 1982, 1983, 1985, 1986); «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі (1961); «Қазақша-орысша, орысша-қазақша терминологиялық сөздік (2014); «Жалпы білім берудегі қазақ тілінің жиілік сөздігі (2016); «Қазақ тілінің қысқаша этимологиялық сөздігі» (1966) пайдаланылды.

Аталмыш еңбектердегі экономикалық сала термині, лексема, фразеологизм, паремиологизм, ырым-тыйым, салт-дәстүр атаулары түріндегі тілдік бірліктер, біздің ойымызша, экономикалық сананың репрезентанттары бола алады. Әрине, тереңірек алатын болса, түптеп келгенде, тілдік бірліктер концептілердің репрезентанттары, ал концептілер, өз кезегінде қандай да бір сана түрінің құрылымдық бірлігі, әйтсе де зерттеуде энциклопедиялық және лексикографиялық еңбектердегі тілдік бірліктерді тіке экономикалық сана репрезентанттары ретінде осы схеманы ықшамдап алуымыздың негізі де жоқ емес.

Сонымен қатар диссертациялық жұмыста қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурса қатысты 180 148 сөзқолданыстан тұратын электронды мәтіндер, медиа-тұлғалардың экономика, сауда, қаржы, кәсіпкерлік тақырыбындағы сұхбаттары «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналды және олардың жиілігі шығарылды. Жиілік сөздіктің разрядтарына сәйкес бірінші разрядқа әдетте жиі қолданылатын көмекші сөздер жатады. Ондай көмекші сөздер диссертациялық зерттеу нысанына алынбады. Ең соңғы разряд неғұрлым бір рет қана қолданылатын сөздерден тұрады. Ал осы екі разрядтың ортасындағы сөздер ғана қазіргі заманғы шынайы экономикалық құбылыстардың тілдік репрезентанттары бола алады. Ғылыми жұмысқа осы ортаңғы разрядтағы, яғни орташа жиіліктегі толық мағыналы сөздер алынды. Мәселен, осы мәлімет ішінде «компания» сөзінің жиілігі ең жоғары болды, абсолютті жиілігі – 1184 рет кездесті, ал оның мәтінді қамту пайызы – 0,00712 % құрады. «Жұмыс» терминінің абсолютті жиілігі – 1000 рет қайталанды, мәтінді қамту пайызы – 0,00600 % құрады; «нарық» сөзінікі – 667, мәтінді қамту пайызы – 0,00401 %; «бизнес» сөзінікі – 612, мәтінді қамту пайызы – 0,00377 %; «теңге» сөзінікі – 584, мәтінді қамту пайызы – 0,00351 %; «қаржы» сөзінікі – 299, мәтінді қамту пайызы – 0,00180 %; «сауда» сөзінікі – 258, мәтінді қамту пайызы – 0,00155 %; «ақша» сөзінікі – 184, мәтінді қамту пайызы – 0,00111; «инвестиция» сөзінікі – 181, мәтінді қамту пайызы – 0,00109 % т.б.

Осындағы «компания» сөзінің лексикалық доминанта ретінде жоғары жиілікпен тіркелуі тәуелсіздік кезеңінен кейінгі Қазақстан қоғамының экономикалық санасында институционалдық нарықтық құрылымдар мен бизнес ұғымдарының тілдік деңгейде орныққанын дәлелдейді. Зерттеу нәтижелері нарықтық экономиканың негізгі субъектілері – компаниялар, корпорациялар, серіктестер туралы түсініктердің халық санасында тұрақты концептілер ретінде бекіп, белсенді қолданысқа енгенін көрсетеді. Бұл құбылыс экономикалық

сананың заманауи модустағы трансформациясын айқындайтын когнитивтік-тілдік репрезентацияны көрнекті түрде танытады.

Айта кететін жайт, «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналған мәтіндегі экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі 2016 жылғы 7 млн. сөзқолданыстан тұратын заманауи мәтіндер бойынша әзірленген бүгінгі күннің ең үлкен жиілік сөздікте (Жалпы білім берудегі қазақ тілінің жиілік сөздігі. Алматы, Дәуір баспасы) берілген осы сөздердің жиілігімен бірдей. Демек, сөздердің жиілігін шығару лингвокогнитивтік зерттеулер үшін де құнды мәлімет береді. Жиілігі жоғары атауыш сөздер қоғамдық санада, сол сияқты экономикалық санада қандай ұғымдардың өзектіленіп отырғанын аңғартады. Көрсетілген жиілігі жоғары атаулар қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурста тән белсенді лексика, қазақтілді тіл иелмендерінің санасына берік орныққан ұғымдар. Мысалы, бір ғана «баға» сөзінің семантикасы тәуелсіздікке дейін жарыққа шыққан Онтондық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» негізгі реестрде үш мағынамен берілген. Ал оның лексикалық өрісі жоқ. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан Онбестондық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» осы сөздің семантикасы негізгі реестрде бес мағынамен ашылған. Оның лексикалық өрісі отыз төрт сөз тіркесімен: *баға белгілеу (экон), баға берді, баға босатылды (экон), баға деңгейі (экон), баға жетпейді, баға жетпес, баға жоқ, әлемдік баға (саяси), баға ауқымы (экон), баға бәсекесі (экон), баға кесті, баға қойды, баға құралымы (экон), баға маштабы (экон), бағаны әртараптандыру (экон), бағаны қалпында сақтау (экон), бағаны оңтайландыру (экон), бағаны ырықтандыру (экон), бағасы асты, бағасы кетті, бағасын арттырды, бағасын көтерді, бастапқы баға (экон), бөлшек баға (экон), көтерме баға (экон), нарықтық баға (экон), өзіндік баға (экон), салыстырмалы баға (экон), сатып алу бағасы (экон), үстеме баға (экон), шарттық баға (экон)* берілген. Оның ішінде он тоғыз сөз тіркесі таза экономикалық қатынасты білдіретін лексикалық тіркес.

Сол сияқты *сауда* сөзі де тәуелсіздікке дейін негізгі үш мағынамен, лексикалық өрісі бар болғаны үш сөз тіркесімен көрсетілсе, тәуелсіздік алғаннан кейін негізгі мағынасы бес мағынамен ашылған. Оның ішінде екі мағынасы таза экономикалық қатынастарға қатысты бар. Лексикалық өрісі алпыс жеті сөз тіркесіне: *сауда нүктесі, бажсыз сауда (экон), бөлшек сауда (экон), бөлшек сауда бағасы (экон), дүниежүзілік сауда ұйымы (экон), қол сауда, сау басын саудаға салды, сауда автоматы, сауда айналымы (экон), сауда алаңы (экон), сауда балансы (экон), сауда банкі (экон), сауда білмес, жаяу сауда, Имам Ағзам сауда, комиссиялық сауда (экон), консигнациялық сауда (экон), көтерме сауда (экон), көтерме сауда бағасы (экон), саудаға айналдырды, саудаға барды, саудаға салды, саудаға салынды, саудаға түсті, саудаға шорқақ, сауда гүрпы (экон), саудаға пұрсаттылық (экон), сауда делдалдығы (экон), сауда жабдықтары (экон), сауда жарысы, сауда жолы (экон), сауда жүрген жерде сауда кем/саудада достық жоқ, Сауда Имам Ағзам болсын, сауда капиталы (экон), сауда каталогы (экон), сауда күсет болсын, сауда қарым-қатынасы (экон), сауда қасат болсын, сауда құқығы (экон), сауда қылды, сауда маркасы (экон), саудаңыз жансын, сауда орны, сауда орталығы (экон), сауда патенті*

(экон), сауда психологиясы, сауда статистикасы (экон), саудасы бітті, саудасы сынды, сауда талаптары (экон), сауда тосқауылы (экон), сауда тізілімі (экон), сауда үйі (экон), сауда үстелімі (экон), сауда үстемесі (экон), сауда шарттары (экон), сауда шегерімі (экон), сыртқы сауда (экон), сыртқы сауда айналымы (экон), сыртқы сауда бірлестігі (экон), сыртқы сауда мәмілесі (экон), сыртқы сауда саясаты (экон), сыртқы сауда фирмасы (экон), халықаралық сауда (экон), халықаралық сауданы ырықтандыру (экон), ыңғайласпа сауда (экон), электрондық сауда (экон) көбейген. Оның ішінде қырық үш сөз тіркесі экономикалық терминдер (толық талдауды үшінші тараудан көре аласыз). Мұндай семантикалық талдау экономикалық концептілердің қаншалықты кеңейгендігінің айқын көрінісі.

Сонымен қатар зерттеу барысында тілдің сауда, маркетинг және тұтынушылық мінез-құлыққа әсері байқалады. Осы бағытта 2021 жылы тіл мен экономиканың, әсіресе бизнестегі қазақ тілінің рөлі жөнінде қоғам талқылауына түскен мәселелерді ғылыми тұрғыда қарастыру мақсатында әлеуметтік-тілтанымдық зерттеу жүргізілді. Зерттеуде сұхбат және сауалнама әдістері қолданылды. Сұхбатқа өз кәсібін ұлттық тілде өрбітіп, табысқа кенелген 15 шағын кәсіп иесі қатысты. Сұхбат барысында «Қазақ тілінің бизнесіңізді болашақта дамыту әлеуеті бар ма?» деген сұраққа кәсіпкердің барлығы да 100% «бар» деп жауап берді. Сонымен қатар кәсіпкерлер халыққа жақын болуды, қазақ тіліне сұраныстың артқанын, түсінісудің жеңілдегенін қазақ тілінде бизнес жүргізудің басты артықшылығы деп атады. Сұхбат мәліметтері диссертациялық жұмыстың Ә қосымшасында берілді.

Қазақтілді тұтынушының бейнесін анықтау және қазақтілді тұтынушының түрлі тілдердегі бренд атауларын қабылдау ерекшеліктерін анықтау мақсатында «Қазақтілді тұтынушы портреті» атты онлайн сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға 18-65 жас аралығындағы түрлі әлеуметтік топ өкілдерінен 5233 респондент қатысты. Респонденттердің 85%-ын әйелдер, 15%-ын ер адамдар құрады. Қатысушылардың абсолют көпшілігі ұлтын «қазақ» деп белгіледі. Олардың 7%-ы 18-19 жас аралығында болса, 23%-ы – 20-29 жас, 26%-ы – 30-39 жас, 25%-ы – 40-49 жас, 17%-ы – 50-59 жас, 2%-ы – 60+ жас аралығында болды. Зерттеуде ойдан шығарылған сүт маркаларын таңдау барысында полярлану тренді байқалды. Мәселен, «От фермера» маркасын 50-60+ жас аралығындағы респонденттер тандаса, «Best –Vita Milk» маркасын 18-23 жас аралығындағы респонденттер тандады, яғни жасы кіші топта ағылшын тіліндегі брендтерге бетбұрыс байқалды. Ал орта жастағы респонденттер қазақ тілінде берілген бренд атауларына сеніммен қарайтыны белгілі болды. Бұл тренд дүкен атауларына да қатысты көрініс берді. Сауалнама мәліметтері диссертациялық жұмыстың А қосымшасында берілді.

Аталмыш зерттеудің қорытындысы бойынша:

- қазақтілді тұтынушылардың басым көпшілігі (90%) тауар мен қызметтерді мемлекеттік тілде сатып алуды қалайтындығы;
- қазақтілді тұтынушылардың жартысынан астамы (58%) қазақ тілінде қызмет көрсетпеген жағдайды қалыпты құбылыс деп санамайтындығы;

– қазақтілді тұтынушылардың бестен бірі (20%) қазақ тілінде ақпарат алу құқығы бұзылған жағдайда шағымданып, құқықтарының бұзылғанын хабарлайтыны анықталды.

Диссертациялық жұмыста жалпы 1546 тілдік бірлік жиналды. Оның ішінде лексикалық бірліктер, терминдер, неологизмдер, кірме сөздер және тағы басқа тілдік бірліктер саны – 1020 құрады. Сөз тіркестері – 192, фразеологиялық бірліктер – 96, мақал-мәтелдер – 149, атаулар – 89 және «Forbes – Қазақстан» бизнес-журналынан 180 мың сөз қолданыстан тұратын электронды мәтіндер базасы жасақталды. Жиналған мәтіндердің жиілігі шығарылды. Жиілік сөздігі қосымшада берілді.

Зерттеу жұмысының жаңалығы: зерттеу тілдік бірліктердің (сөз, атау, фразеологизмдер, паремиологизмдер, термин) экономикалық санадағы трансформацияны қалай репрезентациялайтынын талдауға бағытталған. Ол үшін жұмыста экономикалық құбылыстарға, реалийлерге қатысы бар атаулардың, ұғымдардың, терминдердің семантикалық дамуы, лингвостатистикалық сипаты, олардың когнитивтік байланысы, тілдік бірліктердің әлеуметтік-мәдени трансформацияны бейнелеудегі қызметі қарастырылды. Сонымен бірге зерттеу экономикалық санада қалыптасқан лексикалық бірліктердің кеңею, тарылу, мәндік-мағыналық жүктемесінің ауысуын сипаттау болды.

Бұған дейінгі зерттеулердің дені сипаттамалық талдаумен шектеліп келді. Аталмыш жұмыс лингвистикалық, лингвоэкономикалық, лингвосоциологиялық және лингвомәдениеттанымдық талдау элементтерін қамтитын пәнаралық тәсілге негізделген кешенді зерттеу әдістемесін ұсынады. Сонымен диссертациялық жұмыста:

- қазақ тіл білімінде алғаш рет экономикалық сана трансформациясы дәстүрлі, заманауи, кезеңдік (кеңестік және тәуелсіздік кезең) модустары тұрғысынан кешенді талданды;

- тілтанушы тұрғысынан экономикалық сананың құрылымдық компоненттері (когнитивтік, құндылықтық, әлеуметтік-психологиялық) ұлттық сана мен тілдік репрезентация контекстінде жүйеленді;

- кеңестік және тәуелсіздік кезең экономикалық лексикасының сандық және сапалық айырмашылығы салғастыра талданып, дәлелденді;

- тілдегі экономикалық концептілердің (*еңбек, бай, байлық, табыс, нарық, бәсеке, меншік, инвестиция* концептілері) мағыналық өрісі мен мәдени репрезентациясы әр модустағы трансформациясы көрсетілді;

- энциклопедиялық және лексикографиялық еңбектерге сүйене отырып, тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы тарихи кезеңдерге жіктелді;

- лингвоэкономикалық аспектідегі қазақтілді бизнес өкілдерінен алынған сұхбат пен тұтынушылардан алынған сауалнама нәтижелері негізінде тіл мен экономиканың байланысын зерттейтін аралық сала – лингвоэкономиканы дамытудың қазақ тіл білімі үшін маңызы анықталды.

Бір сөзбен айтқанда, зерттеудің ғылыми жаңалығы – экономикалық сана трансформациясының тілдік репрезентациясы алғаш рет, дәстүрлі, заманауи, кезеңдік (кеңестік және тәуелсіздік кезең) модуста квалитативті- квантитативті,

лингвостатистикалық, салыстырмалы-сипаттамалы әдіс, лексика-семантикалық және модустық талдау арқылы кешенді түрде талдануында болып отыр.

Зерттеудің теориялық және практикалық маңызы. Диссертациялық жұмыста экономикалық сана, ұлттық сана, тілдік репрезентация, дәстүрлі заманауи және кезеңдік модус ұғымдары жаңа ғылыми тұрғыда өзара сабақтастырылып қарастырылды. Сондай-ақ қазақ тіл білімінде алғаш рет экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы модус категориясымен байланыстырыла зерттелді. Зерттеу нәтижелері когнитивтік лингвистиканың теориялық үлгісі ретінде ұсыныла алады және ұлттық дүниетанымдағы құндылықтық өзгерістерді сипаттауда қолданыла алады. Демек, зерттеу нәтижелері когнитивтік лингвистика, этнолингвистика, лингвосоциология, лингвомәдениеттану, лингвоэкономика, әлеуметтік лингвистика, психоллингвистика сияқты ғылым салаларындағы экономикалық сананы тілдік тұрғыда зерделеудің әдіснамалық негізін тереңдетуге мүмкіндік береді. Бұл ғылыми бағыттар үшін зерттеудің құндылығы – экономикалық ұғымдардың тілдік репрезентациясы мен олардың саналық деңгейдегі трансформациясын сипаттайтын теориялық тұжырымдардың берілуі болып отыр. Осы арқылы жұмыс экономикалық сана трансформациясының тілде көрініс табуын түсіндіретін және ұлттық дүниетанымдағы экономикалық концептілерді интерпретациялаудың жаңа ғылыми бағдарларын айқындайды.

Жұмыс барысында жинақталған тілдік деректер жоғарғы оқу орындарында когнитивтік лингвистика, этнолингвистика, әлеуметтік лингвистика т.б. пәндерін оқытуда қосымша ретінде пайдалануға қолайлы ғылыми материал болып табылады. Экономикалық санаға қатысты дәстүрлі және заманауи модус ерекшеліктерін айқындау қазақ тіліндегі экономикалық терминологияның дамуына әдістемелік және практикалық тұрғыдан қажет болуы мүмкін. Сонымен қатар кеңестік және тәуелсіздік кезеңдеріндегі экономикалық лексиканың квантитивті-квалитативті талдауы қоғамдық ғылымдар (экономика, социология, мәдениеттану) үшін интердисциплинарлық зерттеу жүргізуге мүмкіндік беретін әмбебап талдау ұсынады. Алынған ғылыми нәтижелер тіл саясатын жетілдіру, мемлекеттік тілдің әлеуметтік-экономикалық дискурстағы қызметін кеңейту және қазақ тілінің қазіргі заман талаптарына сай функционалдық әлеуетін арттыру бағыттарында да маңызды қолданбалық мәнге ие. Зерттеудің әлеуетті тұтынушылары – лингвистер, социоллингвистер, лингвоэкономистер, магистранттар мен докторанттар, сонымен қатар саясаткерлер мен журналистер, топ-менеджерлер, социологтар т.б.

Ғылыми ізденіске негіз болған зерттеудің теориялық және практикалық нәтижелері ауқымды әлеуметтік сұранысқа ие болары анық, себебі қазіргі қазақстандық қоғамның ұлттық санасын жаңғырту бойынша маңызды идеологиялық міндеттерді тілдің бірегейлендіруші, шоғырландырушы және модельдеуші қызметтерін пайдаланбай жүзеге асыру мүмкін емес.

Қорғауға ұсынылатын тұжырымдар.

1. Экономикалық сананың тілдік репрезентациясы алғаш рет модустық (дәстүрлі-заманауи, кеңестік-тәуелсіздік кезеңдер) тұрғыда кешенді талданды.

Мұндай талдау экономикалық сананың ұлттық ерекшелігін, өзгерісін тілдік деректер арқылы толыққанды сипаттауға мүмкіндік берді.

2. Кеңестік және тәуелсіздік кезеңдердегі экономикалық лексиканың квалитативті, квантативті, семантикалық трансформациясы дәлелденді. Кеңестік кезеңнің түсіндірме сөздіктеріндегі экономикалық ұғымдар мағыналық жағынан шектеулі, семантикалық өрісі тар, ал тәуелсіздік кезеңіндегі лексикографиялық сөздіктер деректерінде экономикалық сананың тілдік репрезентацияларының мағынасы кеңейіп, жаңа бірліктерді қалыптасты.

3. Қазіргі қазақ кәсіпкерлік дискурс мәтінінің лингвостатистикалық сипаттамасы жасалды. Жоғары жиілікті сөздер қазіргі қазақ экономикалық санасының сөздіктерде тіркелген өзекті (ядролық) концептілерін құрайтыны дәлелденді. Жиілігі жоғары атауыш сөздер қоғамдық санада, сол сияқты экономикалық санада қандай ұғымдардың өзектіленіп отырғанын аңғартады. Көрсетілген жиілігі жоғары атаулар қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурсқа тән белсенді лексика, қазақтілді тіл иелмендерінің санасына берік орныққан ұғымдар.

4. Қазақ тіліндегі экономикалық атау, ұғым, терминдердің әр кезеңдегі, модустағы мағыналық өрісі мен трансформациясы салыстыра қаралды. Зерттеуде *еңбек, нарық, бай, байлық, сауда, саудагер, көпес, табыс* және т.б. сияқты экономикалық сөз-концептілердің семантикалық дамуы, олардың ұлт дүниетанымда белсенді лексикалық бірліктерге ауысқаны дәлелденді.

5. Ұлттық экономикалық мәдениет пен шаруашылық жүргізу ерекшеліктерін көрсететін дәстүрлі модус пен заманауи модустың айырмашылығын репрезентациялайтын тілдік бірліктер анықталды.

6. Тіл – экономикалық сананың модельдеуші тетігі екені лингвоэкономика саласы аясында қалыптасқан теориялық тұжырымдар арқылы негізделді. Алғаш рет қазақ лингвистикасында тіл экономикалық сананы қалыптастырушы, шаруашылық жүргізу қатынастарындағы өзгерістерді репрезентациялаушы, ұлттық экономикалық мәдениетті трансформациялаушы құрал ретінде қарастырылды. Тіл мен экономиканың өзара байланысын анықтайтын лингвоэкономикалық методологиялар көрсетілді.

Зерттеу жұмысының мақұлданымы. Диссертация бойынша алынған нәтижелер мен қорытындылар 13 мақала түрінде төмендегі басылымдарда жарық көрді:

Scopus деректер базасына енетін нөлдік емес импакт-факторлы халықаралық ғылыми басылымдар:

1. Language and Economics: The Linguistic Representation of Economic Consciousness Transformation // Eurasian Journal of Applied Linguistics, 11(2), 2025. – 52-68. <https://doi.org/10.32601/ejal.11205> (Бірлескен авторлар: Anar Fazylzhanova, Damir Fazylzhan, Talgat Ramazanov);

ҚР БЖҒМ Білім және ғылым саласындағы бақылау комитеті ұсынған ғылыми басылымдар:

2. Қазақстандағы тілдік жағдаят: кеңестік және тәуелсіздік кезеңдерінің салыстырмалы талдауы // Тілтаным №4 (96), 2024. – 116-134 бб.

<https://doi.org/10.55491/2411-6076-2024-4-116-134> (Бірлескен автор:
А.Фазылжанова);

3. Экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы // ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. №3 (191).2023. – 44-55 бб. <https://doi.org/10.26577/EJPh.2023.v191.i3.ph5> (Бірлескен автор:
А.Фазылжанова);

4. Лингвоэкономика және экономикалық сана трансформациясының репрезентациясы // Тілтаным №2 (90), 2023. – 82-89 бб. doi.org/10.55491/2411-6076-2023-2-82-89 (Бірлескен авторлар: Фазылжанова А., Белецкий С., Дүйсен Қ., Баймырза А.);

5. Экономикалық сана мен экономикалық ойлау: өзара байланыс диалектикасы // ҚР Ұлттық ғылым академиясының Хабаршысы. №3 (397), 2022. – 360-379 бб. <https://doi.org/10.32014/2022.2518-1467.323>

6. The Language situation of Kazakhstan: Sociolinguistic analysis // Ахмет Ясауи университетінің Хабаршысы ғылыми журналы. Филология сериясы. №1, (119), 2021. – 220-228 бб. <https://doi.org/10.47526/habarshy.vi1.395>

Шетелдік басылымдарда:

7. Языковая ситуация в современном Казахстане: анализ текущей ситуации и рисков // Actual Scientific Research in the modern World. International Science Journal IScience. Issue 6 (98), 2023. – С. 190-200. ISSN 2524-0986 (Бірлескен автор: Фазылжанова А.);

8. Экономикалық дискурстағы кейбір лексика-семантикалық жаңартпалар // «Интернаука» научный журнал. Раздел филология. № 34 (163), 2020. – 39-44 бб. Москва. ISSN 2687-0142 <https://www.internauka.org/journal/science/internauka/163> (Бірлескен автор: Серикбаева А.)

9. Ұлттық тілде экономикалық мәдениетті дамыту мәселелері // Актуальные научные исследования в современном мире. Научный журнал IScience. Выпуск 9 (77). Часть 4, 2021. – 104-108 бб. Украина. ISSN 2524-0986 (Бірлескен авторлар: Баймырза А., Серікбаева А., Дүйсенов Қ.);

Халықаралық конференцияларда:

10. Economics Linguistics and the Representation of the Transformation of Economic Consciousness / VII. International Research Congress on Social Sciences. May (06-07, 2025) Ankara. Turkey. – 178-184 pp 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi

11. Kazakh Economic Consciousness and Its Representatives in the Language / XI. Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumu. Baku, 2024. – 1269-1276 pp. ISBN : 978-9952-39-263-0 (Cild II);

12. Language Representation of Economic Consciousness Transformation / VI. International Research Congress on Social Sciences November (02-03, 2023) Ankara. Turkey. – 173 p.

Әлеуметтік желілерде:

13. Тәуелсіздік – экономикалық сананың тірегі [электронды ресурс], 2023 ж. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02mWHTQAiMc7JFgoawGU

ZaSjbHPJHJQLY1GgUnmP9FcohxWVByGpL7HtjpodwYddFJl&id=100040334509
403&mibextid=Nif5oz&_rdr

Зерттеу жұмысының құрылымы. Диссертациялық жұмыс кіріспеден, үш тараудан, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиеттерден және қосымшалардан тұрады.

1 ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНАНЫ ЗЕРТТЕУДІҢ ЛИНГВИСТИКАЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

1.1 Тіл, ұлттық сана, ұлттың экономикалық санасы және экономикалық сананың құрылымдық компоненттері

Тіл мен сана бір-бірінен бөлек өмір сүрмейді, олар үнемі өзара байланысып, бірін-бірі толықтырып отырады. Тіл – санадағы ойларды, түсініктерді, сезімдерді сыртқа шығаратын құрал болса, сана – тіл арқылы іске асып, өзін және әлемді түсіну мүмкіндігін береді. Тіл мен сананың арасындағы байланыс адам өмірінің негізін құрайды және оны тереңірек зерттеу адам болмысының мәнін түсінуге жол ашады.

Тіл мен сана арасындағы өзара байланысты зерттеу ең алдымен сана ұғымын теориялық тұрғыдан негіздеуден басталады. Сана – құрылымдық жағынан өзара заңды байланысқан әртүрлі элементтерден тұратын біртұтас жүйе ретінде сипатталады [1]. Философиялық ілімдерде сана «заттардың мәнін ұғыну, олардың арасындағы байланыстарды түсіну қабілеті» ретінде қарастырылады [2]. Бұл тұрғыда сана адамның шындықты бейнелеуінің жоғарғы формасы ретінде түсіндіріледі және танымдық қызметімен тығыз байланыста болады. Ал тіл ұғымы ғылыми-түсіндірме әдебиеттерде кем дегенде екі негізгі мағынада берілген: 1) тіл – таңбалық жүйелердің жиынтығы ретінде, яғни белгілі бір мағыналық келісімдерге негізделген таңбалар жүйесі; 2) нақты, этникалық немесе «идиоэтникалық» тіл – белгілі бір әлеуметтік ортада, белгілі бір тарихи кезең мен географиялық кеңістікте қолданылатын таңбалық-коммуникативтік жүйе ретінде анықталады [3]. Бұл анықтамалар тілдің әлеуметтік және когнитивтік қызметтерін айқындайды. Тіл табиғи (ауызша және жазба сөйлеу, дыбыстық құрылым, ым-ишара) және табиғи негізде қалыптасқан жасанды жүйелермен (математика, логика, музыка, бейнелеу өнері тілі) тығыз байланысты. Мұндай жүйелер адамзат баласының ойлау қабілеті мен танымдық дамуының нәтижесінде қалыптасқан күрделі құрылымдар болып табылады.

Тіл – адамның танымдық қызметін жүзеге асырушы, коммуникативтік әрекетті ұйымдастырушы және ақпаратты сақтау мен беру құралы. Осы арқылы тіл тұлғаның өзіндік санасын білдіру, қоғамдық мінез-құлықты реттеу, әлеуметтік өзара қимылды жүзеге асыру сияқты күрделі функцияларды атқарады. Сонымен, тіл – адам санасының өмір сүру формасы ретінде әрекет етеді. Ол тек құралдық сипатқа ғана емес, сонымен қатар когнитивтік-креативтік функцияларды жүзеге асырушы негізгі тетік болып табылады. Осы орайда тіл мен сана арақатынасы мәселесін зерттеу қазіргі заманғы лингвистика, философия, психология және когнитивтік ғылымдар тоғысындағы маңызды кешенді бағыттардың бірі болып отыр.

Тіл мен сананың ұлттық-мәдени контекстегі өзара байланысын терең қарастырған көрнекті ғалымдардың бірі – Вильгельм фон Гумбольдт болды. Ол тілдің адам санасына, ойлау жүйесіне және рухани дамуына тікелей ықпал ететінін дәлелдеп оны «ойды қалыптастырушы орган» деп атады. Гумбольдттың пайымдауынша, тіл – қарым-қатынасты, байланысты сақтаудың құралы ғана

емес, адамның дүниені қабылдауына және оны ұғынуына мүмкіндік беретін, дүниетанымын қалыптастырып, кеңейту үшін де қажет қуатты құрал. Ол тілді «шындықты қабылдауға және өңдеуге көмектесетін сүзгі» ретінде сипаттай келе, ойлау мен тілдің табиғи түрде қабаттасып, біте қайнасып кеткенін атап өтеді [4]. Ғалым тілдің маңызын тек ұғымдарды қалыптастырумен шектемей, оны адамның ішкі рухани әлемін ұйымдастыратын, оның «әлем бейнесін» айқындайтын танымдық-мәдени механизм ретінде қарастырады. Оның әйгілі тұжырымы бойынша: «Тіл – адамның рухани әлеуетін күшейтетін, құрал... «Тілдің пайда болуы мен рухани күштердің пайда болуында өзара көзге көрінбейтін берік байланыс бар. Тіл – рухани күштің стимуляторы. Тіл мен рух бір-бірінен бөлек емес, бірге, ажырамас дүние ретінде қалыптасты. Халықтың тілі мен рухани бірегейлігі бір-бірімен соншалықты жымдасып байланысып тұрады... халықтың тілі – оның рухы, ал халықтың рухы – оның тілі, бұдан асқан теңдік жоқ», - дейді [5]. Осы тұрғыдан алғанда, тіл тек коммуникация құралы ғана емес, сонымен қатар адамның рухани әлеуетін жандандыратын, дүниені тану тәсілін қалыптастыратын және ұжымдық сананы ұйымдастыратын ерекше мәдени код ретінде танылады.

Отандық тіл білімінде де бұл мәселе жан-жақты қарастырылып келеді. Қазақ ғалымдары Ә. Қайдар, Н. Уәли, Ж. Манкеева, З. Ахметжанова, Р.С. Әмір, Ғ. Есім, Б. Момынова, Г. Мәдиева, Р. Авакова, А. Салқынбай, Қ. Рысбергел, Н.Ж. Шәймерденова, Ш. Құрманалиев, М. Шаяхметова, Қ. Күдерінова, А. Фазылжан, Ж. Ибраева, Қ. Есенова, М.Қ. Мәмбетова, Қ. Ғабитхан, Қ. Жаманбаева, А.Б. Әмірбекова, Г. Исаева, Э. Өтебаева т.б. сынды зерттеушілердің еңбектерінде тіл мен сананың өзара қатынасы ұлттық менталитет, концептология, когнитивтік лингвистика және тілдік сананың құрылымы мәселелерін жан-жақты зерттеді. Бұл еңбектерде тіл тек әлеуметтік қарым-қатынас құралы ғана емес, сонымен қатар этномәдени тәжірибені тасымалдаушы, ұжымдық дүниетанымды реттеуші, тұлғалық және ұлттық сананың репрезентативті жүйесі ретінде сипатталады. Осылайша, тіл мен сана арақатынасы – таным, мәдениет, рухани даму және ұлттық өзіндік сана қалыптастыру үдерістерін біріктіретін күрделі пәнаралық феномен. Бұл бағыттағы зерттеулердің теориялық және қолданбалы маңыздылығы қазіргі замандағы жаһандану және цифрландыру жағдайында ұлттық тілді, ұлттық болмысты және рухани бірегейлікті сақтау мен жаңғыртуда ерекше өзектілікке ие.

Тіл мен сана мәселесі – философия, лингвистика, антропология, психология және мәдениеттану ғылымдарының түйіскен тұсындағы іргелі тақырыптардың бірі. Бұл бағытта В. Гумбольдттың тілді «ойды қалыптастырушы орган» ретінде сипаттаған концепциясы жоғарыда атап өткеніміздей қазіргі заманғы тіл философиясының негізін қалыптастырып, кейінгі көптеген зерттеулерге бағдар берді. Гумбольдттан кейін тіл мен сана арақатынасын ғылыми тұрғыда басқа қырынан қарастырған ғалымдардың бірі – швейцариялық лингвист, құрылымдық лингвистиканың негізін қалаушы – Фердинанд де Соссюр болды. Ол тілдің құрылымдық сипатын айқындай отырып, оны сана үдерісімен тығыз

байланыста қарастырды. Соссюрдің: «Тіл – кітаптың беті, сана – мұқабасы, ал дыбыс – алғашқы парағы» деген метафоралық тұжырымы тіл мен сана арасындағы жіктелмейтін өзара тәуелділікті көрсетеді [6]. Бұл көзқарас тілдік белгілердің (signifier/signified) санада жүйелі түрде сақталатынын, әрі тілдің адамның ойлау жүйесін қалыптастырушы механизм ретінде қызмет атқаратынын дәлелдейді. Сонымен қатар ағылшын-америкалық антропологиялық лингвистиканың негізін қалаған ғалымдардың бірі – Эдвард Сапир де тіл мен ойлау арасындағы өзара байланысқа ерекше мән береді. Ол: «Тіл – тек коммуникация құралы ғана емес, ойлаудың құрылымдық жүйесі» деген тұжырымымен әрбір тілдің құрылымы сол тілде сөйлейтін халықтың дүниетанымына әсер ететінін көрсетті [6]. Бұл тұжырым кейін оның шәкірті Бенджамин Ли Уорфтың еңбектерінде жалғасын тауып, әйгілі Сепир-Уорф «лингвистикалық ықтималдық» гипотезасына (лингвистикалық детерменизм мен релятивизм гипотезасына) негіз болды [7].

Сепир–Уорф гипотезасы тілдің адамның танымына, уақыт пен кеңістікті қабылдауына, категориялауы мен абстракция жасауына әсер ететінін алға тартты. Бұл гипотеза тіл тек шындықты бейнелеу құралы емес, сонымен қатар сол шындықты құрайтын танымдық сүзгі екенін дәлелдеуге тырысты. Б. Уорф өз еңбектерінде Хопи үндістерінің тілі мен ойлау ерекшеліктерін, мінез-құлқы мен мәдениетін салыстыра келіп, халық санасы мен тілінің арасында берік байланыс бар деген қорытындыға келеді, яғни тіл құрылымының мәдени мінез-құлық пен дүниетанымға тікелей әсер ететінін атап өтеді [8]. Уорфтың айтуынша, еуропалық тілдердегі шақ, сан, септік сияқты грамматикалық категориялар өмірді қабылдаудағы мәдени-танымдық модельдерді құрайды. Осылайша, гипотеза адамның әлемді қалай көретіні тілге байланысты екенін түсіндіреді.

«Лингвистикалық ықтималдық» болжамы – тіл философиясы мен сана теориясы арасындағы маңызды тезиске айналды, ол онтологияның тілдік немесе грамматикалық жүйеге тәуелді екенін көрсетті. 1930 жылы Б. Уорф: «Тіл – мәдениетті де, тарихты да жасаушы, оны қайта жаңғыртушы күшті құрал. Адамның мінез-құлық нормалары, ой-санасы өзі сөйлейтін ана тіліне толықтай немесе белгілі бір дәрежеде тәуелді жүреді», -деген болжам айтады [9]. Уорфтың бұл көзқарасы қазіргі мәдени антропология, этнолингвистика және когнитивтік лингвистика салалары үшін аса маңызды негіз болды. Бұл гипотеза бойынша, адамның әлемге деген қатынасы, оның өмір сүру салты, тіпті мінез-құлқы өзі сөйлейтін ана тілінің құрылымына тәуелді дамиды. Сонымен, Уорфтың көзқарасы тілдің когнитивтік детерминациясына негізделіп, тілдің адамның санасында «реальдылық картасын» қалай қалыптастыратынын түсіндіруге тырысты. Бұл көзқарасты қолдаушылар да және оған қарсы сын айтушылар пікірталас туғызды. Мәселен, С. Пинкер өзінің «The Language Instinct» атты еңбегінде Уорфтың Хопи үнділерінің тіліне қатысты тұжырымдарын дәлелсіз деп сынап, тіл ойлау қабілетіне әсер етпейді, керісінше тілді қолдану – туа біткен когнитивтік қабілет деген ойын ұсынады [10]. Қазіргі таңда Уорф гипотезасы толықтай жоққа шығарылмаса да, біршама өзгеріске ұшырап, «әлсіз лингвистикалық релятивизм» бағытымен қайта қаралуда. Бұл нұсқа тілдің

танымға ықпал ететінін, алайда оны толық детерминацияламайтынын мойындайды. Қалай болғанда да Э. Сепир мен Б. Уорфтың идеялары әлемнің тілдік бейнесі туралы ұғымды зерттеуге түрткі болды.

Ф. де Соссюр, Э. Сепир, Б. Уорф және олардың ізбасарлары тіл мен сананың арасындағы өзара байланысты түрлі методологиялық негізде қарастырып, бұл мәселені тек лингвистика шеңберінде ғана емес, таным, мәдениет және мінез-құлық контекстінде саралады. Тіл – тек шындықты бейнелеу құралы ғана емес, оны тудыратын, құрылымдайтын, белгілі бір жүйеге салып ұсынатын күрделі когнитивтік құрал. Қазіргі ғылымда тіл мен сана арасындағы өзара байланыс біржақты емес, күрделі, динамикалық және мәдени шарттарға тәуелді пәнаралық феномен ретінде қарастырылады. Тіл мен сана мәселесі когнитивтік лингвистика мен психоллингвистика салаларында да ерекше маңызға ие. Адамзаттың дүниетанымы, ойлау жүйесі мен когнитивтік құрылымы белгілі бір тілдік жүйе аясында қалыптасты. Мәселен, кеңестік психолог-ғалым Лев Выготский өзінің «Ойлау мен сөйлеудің бірлігі» туралы теориясында тілдің когнитивтік даму мен әлеуметтік мінез-құлықтағы рөлін дәлелдеп берді [11].

Тілдің санаға ықпалы мен қоғамға әсері ғылымда бір ғасырдан астам уақыт зерттеліп келеді. Мәселен, психолог-ғалым Жюль Давидофф пен оның әріптестері жүргізген қызықты эксперимент эмпирикалық зерттеулердің қатарында маңызды орын алады. Ғалымдар зерттеуді Намбиядағы Химба тайпасы өкілдерінің арасында жүргізеді. Сынама-эксперименттің барысында респонденттерге бір жасыл және он бір көк түсті шеңбер көрсетіледі, олардан шеңбердің ішінен көк түсті табу сұралады. Химба тілінде көк түстің атауы болмағандықтан респонденттер тапсырманы орындай алмайды [12]. Бұл зерттеу тілдің адамның қабылдау жүйесіне, оның ішінде түстерді ажырату қаблетіне айтарлықтай әсер ететінін көрсетті. Сол сияқты Кембридж, Стэнфорд, Массачусетс технологиялық университеттерінде бірігіп жүргізілген когнитивтік зерттеу нәтижесінде тілдік айырмашылықтардың адамның ойлау жүйесіне, уақыт пен кеңістікті қабылдау формаларына да әсер ететіні дәлелденді. Мәселен, Джон Люсидің жүргізген зерттеуінде тілдік құрылымдардың, әсіресе грамматикалық категориялардың дүниені когнитивтік модельдеуде маңызды рөл атқаратыны анықталған [13]. Л. Бородитский де осыған ұқсас кең көлемді зерттеу жүргізіп «тіл – ойлау формаларының архитекторы» деген тұжырымға келеді [14]. Ғалымның айтуынша, әрбір тілдің лексикасы мен грамматикалық құрлымы сол тілде сөйлейтін қауымның әлемді тану ерекшеліктерін қалыптастырады. Мысалы, эскимос тілінде қардың онға жуық атауы бар. Бұл эскимостарға табиғаттың ерекше сипаттарын тануға мүмкіндік береді. Сол сияқты Стивен Левинсон да тілдің грамматикалық жүйесінің санаға әсері туралы айтады. Оның кеңістікті қабылдау мен жол бағыттарын көрсету жөніндегі зерттеулері мен еңбектерінде тілді қолдану мен кеңістікті танудың өзара байланысы көрсетілген. Ғалымның айтуынша, кууку-йимитир (австралиялық аборигендер тілі) тілінде «солтүстік, оңтүстік, шығыс, батыс» сияқты абсолютті бағдарлар арқылы кеңістік белгіленеді. Бұл осы тіл иелмендерінің когнитивтік картада кеңістікті нақты бағдарлау қабілетін дамытады [15].

Демек, адамның ана тілі немесе сөйлейтін, жаза алатын тілі оның экономикалық, әлеуметтік және адами тұрғыдан дамуына әсер етеді. Тіл – жеке тұлғаның мәдени бірегейлігінің өзегі. Сол себепті ол шешімдерге, оның ішінде адамның, одан әрі қоғамның экономикалық шешімдеріне де белгілі бір деңгейде ықпал ете алады. Тілдік құзыреттер тіл иелмендеріне еңбек нарығына, тауар нарығына, ақпараттық нарыққа қолжетімділікті қамтамасыз етуші қуаты күшті құрал болып табылады. Осы тұрғыдан, тіл мен сананың байланысын экономикалық контексте зертеу идеясын алғаш рет белгілі экономист-ғалымдар В. Гинсбург (Ginsburgh) пен С. Вебер (Weber) ұсынды. Олар тіл құрылымының экономикалық шешімдерге әсер ететінін дәлелдеп берді.

Ғалымдар етістіктің келер шақ формасы нақты ажыратылатын тілдерде (ағылшын, француз) адамдардың үнемдеу мен инвестиция жасау деңгейі төменірек болатындығын анықтады. Осы тақырыпты әрі қарай Йель университетінің белгілі ғалымы – Кит Чен жалғастырды. Ол қызықты зерттеу жүргізді. Ғалым әлем тілдерін келер шақ категориясына қатты байланған және әлсіз байланған (future time reference, FTR) тілдер деп екі топқа бөледі. Бірінші топқа – испан, француз, ішінара ағылшын, орыс тілдерін жатқызады. Ал екінші топқа – неміс, қытай, жапон, скандинав тілдерін кіргізеді. Чен зерттеуінің соңында мынадай қызықты жағдайды анықтайды: келер шақ категориясын аз қолданатын немесе тіпті шақ категориясы жоқ тілдерде сөйлейтін тіл иелмендері жеке қаражатын басқаларға қарағанда 31%-ға көбірек үнемдейді екен. Оның себебін ғалым: «мұндай тілдерде сөйлейтін тіл иелмендері үшін болашақ бүгіннен басталады. Келер шақта сөйлеген кезде, болашақ алыс, әлі де уақыт мол сияқты көрінеді, сондықтан мұндай тұлғалар капитал жинауға немесе алдын ала қамдануға асықпайды. Уақытымыз бар, үлгереміз деп ойлайды екен», -деп түсіндіреді [16]. Оған қоса ғалым келер шақ категориясы жоқ тілдерде сөйлеушілер өз денсаулығына көбірек көңіл бөлетінін де анықтаған. Мұндай тілдердің сөйлермендері басқаларға қарағанда 24%-ға аз темекі шегетін, 29%-ға спортен шұғылданып, белсенді өмір салтын ұстанатын және 13%-ға семіздікке аз шалдығатын болып шыққан [17]. Осы тұста етістік формалары макроэкономикалық әсерге ие деген қорытындының да жаны бар деуге болады. Келер шақ категориясы жоқ тілдерде сөйлейтін елдер келер шақ категориясы бар тілдерде сөйлейтін елдерге қарағанда жылына орта есеппен ЖІӨ-ді 6%-ға көбірек үнемдейтіні анықталған.

Қазақ тілінде де уақыт пен кеңістік категорияларын білдіретін күрделі грамматикалық жүйе бар. Етістіктің шақ формалары арқылы өткен, осы және келер шақты нақты айтып көрсету – қазақтың дәстүрлі танымында уақыттың циклдық құрылымын білдіреді. Ал қазақ халқының экономикалық санасында, дәстүрлі мәдениетінде болашақ туралы ойлау көбінесе *жақсылыққа үміттену, тәуекел ету* сияқты категориялармен ұштасады. Мәселен, *алдағы күннен үміт көп; бүгіннен ертең жақсы; ештен кеш жақсы; тәуекел – ердің серігі; өткеніме өкпе жоқ, ертеңімнен үміт көп* деген сияқты мақалдар мен мәтелдер ұлттың экономикалық санасындағы оптимизм мен сенім сезімдерінің басымдығын

көрсетеді. Ұлттың бұл ұстанымдары нарық жағдайындағы шешімдеріне, қаржылық стратегияларына әсер етеді, көрініс береді.

Экономика мен лингвистиканың арасындағы байланыс экономикалық үдерістер әсерімен тілдік бейнеде туындап жатқан өзгерістерден де көрінеді. Қаржы жүйесінің пайда болуы әр ұлттың лексиконында *банк, пайыз, несие, қарыз* және тағы да басқа экономикалық ұғымдар мен терминдердің орнығуына себеп болды. Экономикалық санада жүріп жатқан өзгерістер әлемнің тілдік бейнесінде белгілі бір ұғымдардың өзектіленуіне әкеледі [18]. Әлеуметтанушылар жүргізген зерттеудің нәтижесінде 2008 жыл Америка мен Еуропада қоғамның әртүрлі әлеуметтік топтары арасында *банк, дағдарыс, экономика* терминдері ең жиі қолданылғандығы белгілі болған [19]. Мәселен, қазақ тіліндегі *қарыз* ұғымының семантикалық өрісі уақыт өте келе өзгеріске ұшырады.

Қарыз – дәстүрлі қазақ мәдениетінде қажеттілікке байланысты уақытша, өсімсіз алынатын зат немесе ақша, яғни бір адам екінші біреуден белгілі бір уақытқа мал, астық, ақша тағы басқа күнкөріске қажет нәрселерді сұрап алады. Оны қазақта *қарыз алу* дейді. *Қарыз алу* немесе *беру* – қазақтың жақсы дәстүрлерінің бірі болған, өйткені біреуден алған нәрсені түбі иесіне қайтарғанмен қысылған, қиналған кезде тығырықтан шығатын бірден-бір жол осы қарыз болған. Сондықтан қарыз алу немесе беру қазақтар арасында әртүрлі жолмен атқарылды, айталық, дәстүрлі ортада егіншілікпен айналысатын қазақтар тұқымды қарызға алып сеуіп, өнім алған соң қайтарып отырған. Малды қарызға алу оны сатып ақшасын пайдалану мақсатында жүрген. Сонымен қатар қарызға алған малдың тұқымы қандай болса, сол тұқымдас малдан қайтарып берген, ал қарыз заттай алынған жағдайда, затты қайтарып беру міндетті емес, алған заттың бағасы, салмағы есептеліп соған сай келетін зат қайтарылған [20]. Ертеректе жазу-сызу болмаған кезде қазақтар қарыз алу әрекетінде арада міндетті түрде куәгерлер болған, өйткені куәгерсіз қарызды алған, алмағанын дәлелдеу қиынға түскен, дегенмен қазақы ортада алған қарызды мойындамау сирек кездеседі. Қарызды мойындамағандар қатаң түрде жазаға тартылып отырған, әйтсе де *қазақта қарыз күліп барып, жылап қайтады* деген мақалдың болуы қарыз алған адамның уақытында қайтармауына байланысты айтылса керек. Дәстүрлі ортада марқұмның қарызын оның артында қалған бала-шағасы төлеп беретін болған. Ол көбінесе мұрагер болып қалған ұлдың мойнына жүктелген. Егер оның ұлдары көп болса, әкесінің қарызын өзара бөлісе отырып төлеген, бірақ ұлдарының ішінде ауқаттылары қарыздың көп бөлігін төлеуге міндетті болған. Ұзақ уақыт сырқаттанған, науқас адам өлер шағында туыс-туған, ағайын-жұрт, көрші-қоландарын жинап, бақұлдасады. Олар өзара кешірім сұрасып, қарыздары болса, қайтаруды тапсырады. Туыс-туғандары мұны өлер алдында айтқан өсиеті деп санап, қарыздарын қайтаруға уәде береді, өйткені адамның өлер шағында айтқан тілектері – *ақтық дем* болып есептеліп, міндетті түрде орындалып отырған [21]. Қазақта қарызға байланысты *жаңа байығаннан қарыз алма; түн ішінде қарыз сұрамайды, өйткені түн зауал уақыты, түнде қарыз сұрау – жан сұрағанмен тең саналады* сияқты түсінік сақталған [22].

Сонымен дәстүрлі қазақ қоғамында *қарыз* көбіне адамаралық сенім мен туыстық қатынастардың бір түрі болған. Қазіргі қоғамда ол экономикалық дискурстағы институционалды мағынаға, банк пен қаржы секторы шеңберіндегі операцияларға ие болды. Дәстүрлі қоғамдағы *қарыз* – қазіргі заманғы қоғамда *несиеге* айналды.

Қазақтың дәстүрлі қоғамында қарыз ұғымы ең алдымен әлеуметтік-экономикалық қатынастың бір бөлігі болды. Қарыз беру көбіне туыстық, рулық қарым-қатынасқа негізделді. Қиын жағдайға тап болған адамға моральдық-әлеуметтік қолдау ретінде ұсынылды. Материалдық қана емес, беделдік және этикалық мәнге ие болды. Қазіргі капиталистік экономика жағдайында қарыз ұғымы несие ұғымымен тығыз байланысты. *Несие* – банктік және қаржылық мекемелер арқылы берілетін, реттелетін, пайызбен қайтарылатын ресми экономикалық құрал. *Қарыз* бен *несие* қазір адамның әлеуметтік мәртебесін, төлем қабілеттілігін, қаржылық мәдениетін айқындайтын көрсеткіш. Сол сияқты *инвестиция* ұғымы да әртүрлі мәдениетте әрбасқа мағынаға ие. Мәселен, бір мәдени ортада ол тәуекелмен байланысты әрекет ретінде қабылданатын болса, енді бірінде – болашаққа бағытталған стратегиялық қадам деген түсінікке ие.

Осылайша, экономикалық сана – тек рационалды немесе утилитарлық пайымдауға негізделген құрылым емес, ол ұлттың мәдени-әлеуметтік кодтарына, өмірлік тәжірибесіне, құндылық жүйесіне, тілдік ресурстарына сүйенетін күрделі когнитивтік жүйе. Экономикалық сананың қалыптасуы мен дамуы ұлттың қоршаған ортамен, экономикалық институттармен, әлеуметтік коммуникация құралдарымен тығыз байланыста жүзеге асады. Бұл коммуникация құралдарының ішіндегі ең негізгісі – тіл. Мәселен, Чикаго университетінің зерттеушілері шет тілінде ойлаудың экономикалық шешімдерді дұрыс қабылдауға көмектесетіндігін анықтаған. Өз ана тілінде емес, өзге тілде адамдар неғұрлым ұтымды шешімдер қабылдайды екен, өйткені шет тілінде тікелей интуитивті ойлау емес, саналы ойлау жүзеге асатыны анықталған [23].

Жоғарыда берілген мысалдар мен зерттеулер тіл мен сана арасында күрделі, көпқырлы байланыс бар екенін жан-жақты дәлелдейді. Тіл адам танымын, когнитивтік стратегияларын, мінез-құлқын қалыптастырып, ұлттың «әлем бейнесін», оның когнитивтік моделін қалыптастыруда үлкен рөл атқарады. Сана тілдің құрылымына әсер етіп, оның траекториясын айқындайды, яғни тіл мен сана бір-бірінен туатын, бірін-бірі толықтыратын және үздіксіз дамып отыратын ажырамас біртұтас жүйе. Сананың басты ерекшелігі – абстрактілі ойлау. Адам ұғымдарды тіл арқылы қалыптастырып, оларды нақты мағыналық құрылымдарға айналдырады. Осылайша, тіл – тек номинация және ақпарат беру құралы ғана емес, танымдық үдерістің, ментальды репрезентациялардың және мәдени трансляцияның негізгі тетігі болып табылады. Сананың өзгеруі адамның тілдік тәжірибесіне ықпал етеді. Өмірлік тәжірибе мен әлеуметтік орта – тіл иелменінің сөздік қорының, сөйлеу мәнерінің кеңеюіне, жақсаруына, тілдің бейімделуіне түрткі болатын негізгі фактор. Мәселен, А. Бертона, П. Мешковский сынды ғалымдар тілдік құзыреттіліктің адамға еңбек, ақпарат, тауар нарығына қолжетілімділікті қамтамасыз ететін маңызды құрал екенін атап көрсетеді [24].

Жаһандану үдерісі тілдер арасындағы өзара ықпалдастықты күшейтті. Экономикалық терминдер халықаралық айналымға жедел түрде шықты. Ағылшын тілінің халықаралық экономикалық аренада басым позициясы бірқатар елдердің, соның ішінде Қазақстанның да экономикалық дискурс тіліне тікелей әсер етіп, кірме экономикалық атаулардың енуін жеделдетіп отыр. Соңғы онжылдықта қазақ тіліне ағылшын және басқа тілдерден бірқатар терминдер енді. Мәселен, *актив, пассив, инвестиция, менеджмент, стартап* тағы басқа сияқты ұғымдар қаржы-бизнес салаларында белсенді қолданыс тапты. Бұл лексемалардың тілде бейімделуі мен семантикалық интерпретациясы ұлттық экономикалық санада жүріп жатқан трансформацияның тікелей көрінісі.

Тіл, сана, экономикалық сана ұштағандылығы қоғамның мәдени-әлеуметтік және экономикалық құрылымын сипаттайтын іргелі категориялар. Тіл – тек ақпарат жеткізу құралы ғана емес, ол адам санасының құрылымын қалыптастырушы, экономикалық шешімдерге бағдар беруші қызметке де ие. Қазақ ұлтының дәстүрлі-мәдени құндылықтары мен атаулары, ұғымдары қазіргі экономикалық дискурсқа бейімделіп, жаңа терминологиялық жүйе арқылы жаңаша мәнге ие болып отыр. Бұл тіл мен экономикалық сананың байланысын, оның трансформациялық сипатын, әлеуметтік өмірдегі маңызын көрсетеді.

Экономикалық сананың құрылымдық компоненттері. Соңғы жиырма жылдықта отандық тілтанушылардың назарынан тыс қалып қойған экономикалық сана проблематикасы қазіргі таңда, әлемдік экономика қарқындап дамыған заманда қазақ тілдік ортаның экономикалық мәдениетін көтеруге септігін тигізетін нәтижелерге қолжеткізуге мүмкіндік берер еді. Оның басты себебі: экономика жәй ғана ғылым, тұрмыс-тіршілік саласы ғана емес, ол – бүгінгі таңда кез келген қазақстандықты толғандыратын ең маңызды салалардың біріне айналып үлгерді. Қазіргі кезде экономикалық қатынастарға қатыспайтын қоғам мүшесі жоқ, сол себепті адам экономикалық санадан тыс өмір сүре алмайды [25]. Экономикалық сана ұғымы ұлттың өзіндік бірегейлігімен тығыз байланысты, демек кез келген ұлттың бар болуы, өмір сүруі оның ұлттық санасының болуына байланысты. Тілтанушы ғалым Анар Фазылжанның айтуынша, ұлттық сана ядросындағы компоненттер сақталып, өзгермей тұрса, ол ұлт – өміршең болады. Ғалым ұлттық сана – философтардың зерттеуінде тұтас дүние емес, бірнеше элементтен тұратын күрделі жүйе екенін айтады. Осы негізде отандық тілтанушы ғалымдар құқықтық, ғылыми, саяси, эстетикалық, тарихи, экономикалық сананы көрсетеді, зерттеушілер қазақ ұлты өміршең, жаһанияттың толық мүшесі болуы үшін ұлт санасындағы осы элементтер бірдей ана тілінде дамуы керек деген қорытындыға келеді [26]. Ұлттық сананың компоненттерін дамытудың әмбебап құралы – тіл екенін философтармен қатар барлық ғалымдар бірауыздан айтып отыр. Берілген тараушада қазіргі экономикалық сананың қалыптасуы мен дамуын, оның құрылымын, заңдылықтарын түсінуге, әсіресе қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі кездегі ахуалын анықтауға, онда болып жатқан өзгерістерге ғылыми негізделген түсінік беруге талпыныс жасалып отыр.

Адам баласы дүниеге келген сәтінен бастап, өмірінің соңына дейін шаруашылық, экономикалық қатынастардың субъектісі болып табылады. Адам өз әрекеттерін ынталандыра отырып, саналы өмір сүреді. Сананың арқасында ол болашаққа жоспар құрады, уақытты тиімді пайдаланады, өмірін реттейді. Экономикалық білімін күшейту, әлеуметтік-экономикалық қызметтерді пайдалану, әлеуметтік қажеттіліктерді өтеу арқылы қоғамның мүшесі болу, өз тауашасын <фр. niche> табу кез келген ақыл иесі адамға тән экономикалық сананың функциясы. Экономикалық сана – қоғамдық сананың ерекше формасы. Қоғамдық сана ұғымы XIX ғасырдың соңында этнопсихологтардың зерттеулерінен және гегельдік философиядан бастау алды. И. Гарднер, Г. Шпет зерттеулерінен кейін әлеуметтану ғылымында алғаш рет «қоғамдық сана» ұғымы қалыптасты [27]. 1893 жылы этнопсихолог ғалым Э. Дюркгейм "De la division du travail social" атты зерттеуінде: «Қоғамдық сана – бұл белгілі бір қоғам мүшелерінің ортақ наным-сенімдері мен сезімдерінің жиынтығынан туындайтын бірдей түсініктердің жүйесі. Қоғамдық сана – бұл дара тұлғалардың әсіре жоғары түсініктердің ғана жиынтығы емес, қоғамдық санада әртүрлі білім аясында танылған түсініктердің көрінісі бірегейлікке айнала алады. Сондықтан қоғамдық сананың қалыптасуының архаикалық кезеңдері болады», -деп жазады [28]. Демек қоғамдық сана – бұл көпшіліктің рухани құралына айналған сана. Ол әртүрлі әлеуметтік қауымдастықтың өмір сүру үдерісінде пайда болатын адамдардың әлемге және өздеріне деген қатынасы, рухани тәсілдерінің жүйесі, қоғамның өзінің қоғамдық болмысын және қоршаған ортаны түйсінудің нәтижесінде пайда болатын қоғамдағы әр түрлі пікірлердің, теориялардың, идеялардың, діни сенімдердің жиынтығы. Жалпы сана екі түрлі формада: рефлексиялық түрде және белсенді шығармашылық қабілет түрінде көрініс табады. Сана мидың айналадағы объективтік шындықты бейнелеуден туады, яғни оған адам өмірінде кездесетін басты психологиялық үдерістер: таным үдерістері – түйсік, қабылдау, зейін, елес, ес, қиял, ойлау мен сөйлеу; эмоциялық үдерістер – адамның көңіл күйі түрлі сезімдері; ерік үдерістері – алға қойған мақсаттарына ұмтылысы, талпынысы және соған байланысты әрекет жасауы жатады [29]. Мәселен, әлеуметтану ғылымында қоғамдық сананың бірнеше түрі (элементтері) бар. Қоғамдық сананың түрі деп – адам санасында объективті әлем мен әлеуметтік болмыстың көрініс беруінің түрлі формалары түсініледі.

Экономикалық сана – ең алдымен экономикалық ақиқатты көрсететін және белгілі бір тарихи сәтте қоғамның экономикалық өмірінің әртүрлі құбылысына қатысын білдіретін экономикалық қатынас, экономикалық теориялар мен білім, әлеуметтік қажеттілік, идеялардың, шаруашылық жүргізуші субъект көзқарастарының жиынтығынан тұрады. Ол белгілі бір тарихи жағдайға байланысты әлеуметтік тәртіпті, экономиканы, өнеркәсіп экономикасын, ауыл шаруашылығы экономикасын, экономикалық-математикалық модельдерді, экономикалық саясатты, экономикалық еркіндікті, экономикалық дағдарыстарды, экономикалық плюрализмді және тағы басқа сияқты әлеуметтік құбылыстарды түсіну қажеттілігінің негізінде пайда болады [30]. Экономикалық сананың адам мен қоғам трансформациясындағы рөлі маңызды. Экономикалық

сана нақты тарихи жағдайлардың әсерінен қалыптасады және болып жатқан әлеуметтік-экономикалық өзгерістерді түсінудің объективті қажеттілігімен анықталады. Экономикалық сананың эмпирикалық және теориялық екі деңгейі ажыратылады. Эмпирикалық немесе тұрмыстық деңгейі – қарапайым экономикалық білім, дүниетаным, өмірлік тәжірибе ретінде күнделікті өмірде көрінеді. Теориялық деңгейі – ғылыми білім арқылы экономикалық заң, категория, идеяларда көрініс табады. Ол экономика ғылымымен тығыз байланыста болады.

Экономикалық сананың осы екі деңгейі де бір-бірімен байланысты және олардың өзара әрекеттесуінен түрлі экономикалық көзқарас пен бағдар туады. Қоғамдағы экономикалық институттардың жүйесі, экономика ғылымының деңгейі, жоғарғы білім беру ұйымдарының жай-күйі мен қағидалары (мысалы, еңбек және капитал нарығы, тұтынушылар нарығы мен тауарлар мен қызмет көрсету салалары, еңбек ресурсы мен халықты жұмыспен қамту саласы, халықтың күнкөріс деңгейі мен әлеуметтік сала) – экономикалық сананың негізгі субстанциялары болып табылады [31].

Ұзақ жылдар бойы Кеңес одағының құрамындағы елдерде экономикалық даму тең болмады. Ресурс тапшылығы, тауар дефициті, қызмет көрсету мен жеткізудегі іркілістер әлеуметтік өндірістің даму заңдылығына айналды. Кеңестік кезеңде экономикалық сана қоғамдық сананың туындысы ретінде ғана бағаланып, жеке-дара зерттеу объектісі ретінде қарастырылмады, дегенмен ХХ ғасырдың 1970-1980 жылдарынан бастап В.П. Фофанов [32], В.Д. Попов [33], А.К. Уледов [34] сынды кеңес ғалымдары экономикалық сананы дербес феномен ретінде зерттей бастады. Бұл бағыттағы алғашқы теориялық негіздемелер экономикалық сана құрлымын, оның когнитивтік және эмоциялық-коммуникативтік деңгейін анықтауға бағытталды.

Экономикалық сана тіл ғылымымен де тығыз байланысты, себебі тіл экономикалық қатынастарға қатты байлаулы, алайда бүгінгі күнімізге дейін экономикалық сананың тілдік репрезентациясы – экономикалық ұғымдардың, концептілердің, терминдердің ұлттық тілде бейнеленуі мен семантикалық-когнитивтік құрылымдары жеткілікті деңгейде зерттелмей келеді. Бұл мәселе әсіресе, этнолингвистика саласында назардан тыс қалып отыр. Соңғы жылдары Қазақстанда орын алған экономикалық өзгерістерге байланысты тілде жаңа ұғым, термин, метафоралар қалыптасты, алайда бұл үдерістің тілтанымдық бейнесі әлі де айналымға толық енбей отыр.

Тіл – экономикалық сананың репрезентанттарын вербалдайтын кеңістік қана емес, олардың қалыптасуын, таралуын, түсіндірілуін жүзеге асыратын әмбебап құрал. Сонымен қатар тілдік құралдар экономикалық сананың репрезентативтік мүмкіндігін аша түсетін, оны ұрпақтан ұрпаққа жеткізетін тасымалдаушы құрал. Осы тұрғыдан алғанда, экономикалық сананың тілдік репрезентациясын зерттеу нысаны етіп алу – қазіргі гуманитарлық ғылымдағы бірден-бір өзекті бағыттың бірі болып табылады.

Қазақ халқының ұлттық экономикалық санасы – тарихи, мәдени білімдердің, тәжірибенің, әлеуметтік-экономикалық қатынастардың өзара

жүйелі сабақтастығы нәтижесінде қалыптасқан терең тамырлы мәдени-когнитивтік құрылым. Бұл құрылым қазақ ұлтының көпғасырлық өмір сүру салты, дәстүрлі шаруашылық жүйесі мен құндылықтық бағдарларына негізделеді. Қазақ халқының экономикалық дүниетанымының бастауы ерте дәуірлерден тамыр тартып, көшпелі өмір салты, мал шаруашылығы, дәстүрлі қолөнер, сауда қатынастары мен отырықшы ауыл шаруашылығы сияқты түрткіжайттардың ықпалымен дамыды. Көшпелі өркениет жағдайында қалыптасқан шаруашылық-экономикалық модельдер қазақ ұлтының әлеммен өзара қатынасын, материалдық өндіріс формаларын және *байлық, меншік, еңбек, молшылық, береке, ырыс* сияқты экономикалық реңкі бар концептілерді тану ерекшелігін айқындап отыр. Дәстүрлі-мәдени қоғамдағы экономикалық қызмет түрлері, әсіресе мал бағу, жерді пайдалану, рулық, қауымдық мүлік ұғымы мен еңбектің бағалануы – ұлттық экономикалық сананың мазмұндық негізін құрады.

Сонымен, экономикалық сананың қалыптасуы мен дамуында тілдің атқаратын қызметі айрықша маңызды, себебі тіл арқылы қазіргі қоғамдағы түрлі экономикалық қатынастар ұғынылады, құрылымданады, трансляцияланады. Отандық тілтанушы ғалым А. Фазылжанның пайымдауынша, сананың көрінісі тілде, жүйелі және әмбебап болады. Ғалым бұл пікірін ауызша айтып жүр. Экономикалық сана тілдік жүйенің әртүрлі деңгейлерінде көрініс табады, соның ішінде экономикалық сананың қазіргі кезде қандай трансформацияға ұшырағанын көрсететін тіл қабаты – лексика. Лексикалық қабаттағы өзгерістер басқа қабаттағы өзгерістерге қарағанда жылдам жүреді, болып жатқан сыртқы құбылыстарға, жаңалықтарға тез реакция береді. Мәселен, экономикалық лексика мен терминология, метафоралық модельдер, идиомалық құрылымдар, мақалдар мен мәтелдер ұлттық экономикалық таным мен құндылықтық бағдардың көрінісі ретінде қабылданады. Тіліміздегі *еңбек түбі – береке; қанағат ету – ең үлкен байлық; бай болсаң, сараң болма; байлық өлімнен құтқармайды; қас екеніңді қабағыңнан танымын, сараң екеніңді табағыңнан танымын; алаған қолым берген; қолы ашықтың – жолы ашық; табақты үйдің тауығы – қос жұмыртқадан туады; жақсы – арына құл, жаман – малына құл; барыңа шүкір ет, жогыңа сабыр ет; еңбегі жанғанның тоқтысы егіз туады; еңбегіне қарай – құрмет, жасына қарай – ізет* т.б. сияқты мақалдар, тұрақты сөз орамдары халықтың экономикалық ұстанымдары мен өмірлік тәжірибесін бейнелейді. Мұндай тілдік құралдар арқылы қоғамдағы экономикалық әрекеттерге баға беріліп, оның идеологиялық және мәдени негіздері қалыптасады.

Сонымен тілдік деректер арқылы қоғамның экономикалық құндылықтары, шаруашылыққа деген қатынасы және материалдық байлықты қабылдау формалары көрініс табады. Бұл – тіл мен экономиканың, оның ішінде экономикалық сананың бір-біріне тәуелді екенін дәлелдейді. Профессор Нұргелді Уәлидің бір сөзінде, экономикалық сана тілдік құралдардың көмегімен мәдени кодқа айналады, этностың тарихи-элеуметтік тәжірибесінен хабар береді және осы арқылы қоғамның мінез-құлқы қалыптасып, реттеліп отырады, дейді. Осылайша, ұлттық экономикалық сана тілдік көріністері арқылы ұлт

менталитеті, мәдени-әлеуметік, шаруашылық дүниетанымынан да ақпарат бере алады. Қазақ тілінде *мал-жан, төрт түлік, ат бастатқан тоғыз, ат басындай алтын, аузы аққа тиді* сияқты тіркестер қазақтың дәстүрлі шаруашылық мәдениетінде байлық пен молшылықтың символын білдіреді.

Халықтың шаруашылық жүргізу ерекшеліктері тілдегі зат, ұғым, құбылыс атауларының пайда болуына себеп болады. Қазақ тілінде күнделікті қолданысқа еніп кеткен сөздердің этимологиясын қарағанда, олардың атакәсіпке, ұлттық реалийлерге, құбылыстары мен қоршаған орта қатынастарына қатысты екенін байқайды, себебі олардың көбі көнедегі дәстүрлі қоғамның экономикалық санасының көрінісі болған. Мәселен, *ұста* ежелден қазақ дәстүрінде, кәсібінде экономиканың жетекші тобы, өндіріс құралдарын жасаушы, оның иесі, өндіруші күш, яғни экономикалық драйвер болған. Ең алдымен *ұста* деп, әдетте темір бұйым, қарау-жарақ жасайтын адамды айтқан, яғни теміршіні *темір ұстасы* кейде *ұста* деп атау қалыптасқан. Сонымен бірге *ағаш ұстасы, алтын ұстасы, күміс ұстасы* тәрізді қолөнер түрлерін ажырататын қолданыстар да қалыптасқан. Бұл деректерден байқалатыны: «ұста» сөзі тек темірші емес, жалпы «шебер» деген ұғымда қолданылатын сөз болған. Оған тіліміздегі *жаңа айтушы ердің ұстасы* (шешен сөйлейтін, ойын шебер жеткізе білетін адам), *қалжыңға ұста* (қалжыңбас, күлдіргіш), *қас ұста* (нағыз шебер адам), *сөз ұстасы* (сөзге шешен адам) тәрізді бейнелі сөз оралымдары дәлел бола алады [35].

Қолөнерінің кез келген саласының ұстасы немесе шебері – құрметті, қасиетті, ал олардың құрал-саймандары киелі саналған [36]. Халық арасындағы *темір сырын отта танытады* деген нақыл темір өңдеуде оттың маңызына орай айтылған, себебі темірді қыздырып жасытуға, балқытуға жоғары температура қажет. Өңдеуге қызған темір қолайлы. *Темірді қызған кезде соқ* деген мақал теміршілердің тәжірибесінен қалыптасқан. Темір өңдейтін шеберлер көміршінің ағаштан сапалы дайындаған көміріне әркез мұқтаж болған, өйткені *көрік желді, көмір қызулы* болса ғана темір өңдеу жұмысы жеңіл болған. Осыған орай халық ішінде *темірші көміршіге үйір* деген мақал қалыптасқан. Мақал теміршінің көміршілерге деген мұқтаждығы кәсіби қажеттілікке байланысты екенін меңзеп, мамандар арасындағы себеп-салдарлық қатынасты білдіреді. Мақал ауыспалы мағынасында «әрбір кәсіп иесінің өзімен кәсіптес адаммен жақын, мүдделес болуы олардың өзара мұқтаждығына байланысты» дегенді аңғартады.

Жинақтай айтқанда, теміршілік дәстүрлі қазақ қоғамының шаруашылық-мәдени құрылымында ерекше орны бар, көне және беделді кәсіп түрінің бірі екенін экономикалық сана көрінісі ретіндегі тілдік репрезентанттар, яғни жоғарыда сөз болған мақал-мәтелдер, атаулар көрсетіп отыр. Қазақ теміршілері ғасырлар бойы тұрмысқа зауыттан шыққан тауарлар енгенге дейін халықтың темірден жасалатын тұрмыстық, шаруашылық және әскери құрал-жабдықтарға деген сұранысын қанағаттандырып келді. Сондықтан олар ел ішінде беделді болды. Бұл жағынан теміршілік тек қолөнер емес, қоғамдағы қажеттіліктерді қанағаттандыратын маңызды экономикалық қызмет ретінде сипатталады. Теміршілік кәсіп иелерін – темір ұсталарын дәстүрлі қазақ қоғамында тек шебер маман деп қана емес, сонымен қатар сакралды (қасиетті) әлеуметтік топ деп

санады, өйткені олар – ертедегі әлеуметтік топтардың ішінде темір бұйымдар дайындау үшін бірінші болып отты меңгерген адамдар. *Темірді суару тәсілі* де олардың от пен суды қатар меңгергенін көрсетеді. Оларды алғашқы металл қорытушылар, металлургияның негізін қалаушылар, еңбектері арқылы қоғамды қарқынды дамытатын сапалы деңгейге көтерген әлеуметтік топ өкілдері деуге болады. Ертеде теміршілердің кенді тасты балқытып, *темір айырып алуы*, от пен суды пайдаланып одан *қару-жарақ, түрлі бұйым соғуы* олардың тылсым күш, ерекше қасиеттің иесі деп танылуына себеп болды. Осыған байланысты оларға әрі құрметпен, әрі қорқа қараған. Теміршіні қасиетті санау түркі халықтарымен қатар басқа да көптеген ұлттарда кездеседі. Айта кету керек, теміршінің өзі ғана емес, оның *көрік, балға, балта, қысқаш, төс* тәрізді құрал-сайманы да қасиетті деп саналады. Сондықтан теміршінің төсіне отыруға болмайды. Онда ұстаның қолы жүрмейді, отырған кісі де дертке шалдығады. Қайта темір ұстасының төсін көргенде алақанымен төсті басып, қолын ерніне тигізіп, маңдайын сипап тәу етеді. Сондай-ақ ант бергенде *кеудесіне төс ұру* салты болған. Теміршілер кейде шошынып ауырған баланы ұстаханаға алып келіп, *қорық* деп аталатын әдіспен емдеу шарасын қолданған. Ол үшін ішіне су құйылған ыдысты баланың басынан сәл жоғары ұстап тұрып, қорыған қорғасынды шар еткізіп құйып жіберген. Қысқасы, қазақ теміршілері осындай қасиеттері мен қызметіне байланысты дәстүрлі қазақ қоғамында құрметті әлеуметтік топ өкілдері болып саналған.

Қазіргі Қазақстан қоғамында теміршілік кәсібінің әлеуметтік мәртебесі айтарлықтай трансформацияға ұшырады, оның себебі индустриализация, урбанизация (қалалану) және заманауи технологиялардың кеңінен таралу нәтижесінде теміршілік дәстүрі ұмытылып, көбіне шектеулі мамандық ретінде қалып қойды. Темір ұсталығы қазіргі кезде шағын цехтар мен өндіріс орындарында кездесетін механикаландырылған еңбек түрінде базарлық ретіндегі ұлттық бұйымдар шеберханаларында ғана сақталып отыр. Оның сакралды-мәдени сипаты әлсіреді, дегенмен этномәдени қайта жаңғыру, қайта өрлеу үдерістері арқылы бүгінгі қазақ қоғамының ішінде дәстүрлі қолөнерге, соның ішінде теміршілікке деген қызығушылық қайта жанданып келеді. Бұл бағытта этнотуризм, музейлік экспозициялар, шеберлік курстары және ұлттық кәсіпкерлік жобалар теміршілік мұрасын қайта жаңғыртуға мүмкіндік жасап отыр.

Қорыта келе, қазақтың дәстүрлі қоғамында теміршілік тек шаруашылық қызмет түрі ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік және мәдени тұрғыдан беделді, сакралды мәнге ие кәсіп болғанын дәлелдейтін тілдік фактілер қазіргі атауларда паремиологияда, идиома, фразеологизмде сақталып қалды. Бұл кәсіп иелері халықтың экономикалық сұранысын қанағаттандырып қана қоймай, ұлттық таным мен наным-сенім жүйесінде де ерекше орынға ие болғанын айқындайтын тілдік деректер де жеткілікті. Қазіргі қазақстандық қоғамда бұл дәстүрдің трансформациялық түрі сақталған, дегенмен оның тарихи-мәдени мазмұны этномәдени экономикалық санада өмір сүруін сақтап, жалғастырып келеді.

Сонымен қатар X-XI ғасырлардағы археологиялық және этнографиялық деректерге сәйкес, Ертіс өзені жағалауын жайылым еткен малшылар аңшылықты

да қосалқы кәсіп қылған. Олар *бұлғын, ақкіс* және *түлкі* тәрізді аң терілерін өңдеп, тұрмыстық қажеттілікке пайдаланумен қатар, көршілеріне тұзға, өзге де тұрмыстық тауарларға айырбастап отырған деген мәлімет бар. Мұндай шаруашылық қызметтің формасы тек табиғи өнім өндірумен шектелмей, нақты экономикалық қатынас жүйесінің бір бөлшегі болғаны анық. Аңшылыққа қатысты терминология, кәсіби лексика мен фразеологиялық бірліктер – экономикалық сананың тілдік репрезентанттары, яғни аңшылыққа байланысты жинақталған экономикалық білімдер, дағдылар мен құндылықтар тілдік бірліктердің көмегімен аккумуляцияланып, ұлттық санада орнығып, көшпенді және жартылай көшпенді өмір салтын ұстанған дәстүрлі қазақ қоғамында аңшылық – тек табиғатпен үндес тіршілік әрекеті ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық құрылымның маңызды элементі ретінде танылғанын көрсетеді. Тілде көрініс тапқан аңшылардың ату машығы, аңшылық құралдарының түр-түрі, техникалық әдістері, жабдықтары мен киім-кешек атаулары сол кездегі қоғамда аңшы кәсібі құрметті орынға ие болып, шаруашылық жүйесінің ажырамас бөлігі ретінде қабылданғандығын айғақтайды, сол заманның экономикалық сананың, экономикалық тәжірибенің, қатынастың материалдық және когнитивтік көріністері болып табылады.

Аңшылық – көшпелі ортадағы қосалқы кәсіптің түрі, әлеуметтік орта және кедей топтар үшін күнкөрістің бірі болды. Аңшылық – адамзаттың ең көне және ең алғашқы күнкөріс қарекетінің бірі болғанымен, уақыт өте келе кәсіпке ұласқан. Орыс отаршылдығының қазақ даласындағы үстемдігі біржола орнағанына байланысты аңшылық өзінің шаруашылықтың түрі ретіндегі функциясынан бірте-бірте айырылып, қоғамда, көбінесе қызыққуарлық қарекетке айналды. Қазақ даласында аңшылық жеке адамның кәсібі ретінде де, бүкіл ру-қауым айналысатын кәсіп ретінде де дамыды. Аңшы қазақы ортада ерекше қадірлі адамдардың бірі болды [37]. Аңшылық кәсіптің әртүрлі аңдар мен құстардың ерекшеліктеріне және жергілікті аймақтың табиғи ландшафттық рельефіне, сондай-ақ, флора мен фаунаның құрылымдық сипатына байланысты тәсілдері де сан алуан болды. Ұрпақаралық-этникалық тәжірибенің құрамдас саласы болып табылатын аңшылықтың сан қырлы тәсілдері әкеден балаға беріліп отырды. Бұл үрдіс аңшылардың кәсіби тұлға ретінде қалыптасуының басты шарты болды.

Аңшылардың тәжірибесін ату мен аулау сияқты «таза» техникалық әдістермен шектеуге болмайды. Сонымен қатар кәнігі аңшы болу үшін оған халықтық білімнің барлық саласынан – метрология, метерология, ветеринария және т.б. хабардар болуға тиіс. Мұндай кең ауқымды білім қоры аңшының табиғатпен өзара қатынасын, аңдардың мінез-құлқын, ауа райының өзгерістерін алдын ала болжау қабілетін қамтамасыз етті. Деректерде атақты аңшылардың аңшы ретінде ғана емес, аталмыш халықтық білімнің салаларын меңгерген тұлға екендігі айтылады [38], бұл олардың дәстүрлі қазақ қоғамында әлеуметтік беделінің биік болғандығын көрсетеді. Аңшы киімі мен жабдықтары – аңшының саятқа немесе аңға шыққанда киетін арнайы киімі мен қолданатын құрал-жабдықтары (аксессуар) болды. Аңшының киімі қозғалысқа ыңғайлы, әрі ықшам

болуы тиіс. Қыстық киім негізінен – *саптама етік, қыстық тымақ, жылы ішік, жарғақ шалбар*. Ықшам киінген аңшы киімінің етегін шалбарланып алады, ал *кіселі белдігін* киімнің ту сыртынан буып тағынады. Тау, тастан таймас үшін өкшесінде *нәлі* немесе *тақасы бар етік* киеді. Ал жаяу аңшы аяққа *шақай* немесе сүйектен *сойшаңғы* тағып алады. Аяздың бәсең кездерінде үстіне *сырмалы шапан* немесе *шекпен* аяғына *былғары етік* басына *күләпара* болмаса *малақай* кейде *бөрік* киеді [39]. Аңшы саятқа шығарда өзімен бірге беліне байланған кісеге *қынға салынған пышақ, жемқалта (құнарқалта, нәрқалта* деп те атайды), *оқшантай, дәрі-дәрмек, шақпақ қу, шыжым бау, белқанжыға* тағады. Сонымен бірге, қолында аң соғатын *дойыр қамшы*, інге кіріп кеткен аңға бұрау салатын таяқ, аң олжасын қанжығаға байлайтын *шәңгек* ала шығады. *Шоқпар, сойылды* қажеттілікке қарай алуы мүмкін. Сонарға шыққан аңшылар, көбінесе арнайы дайындықпен «артынып-тартынып», кішігірім көш тәрізді топ болып жүрді.

Саятта тазыға арналған жүрекжалғар ет және тамақ салып жүретін көлемі үлкендеу *жемқалта* аңшының жанынан тастамайтын ең басты атрибуттардың қатарына жатады. Аңшы ұшқыр, әрі ұзақ жүріске төзімді ат тандап алады. *Ердің айылын төстей тартады*. Саятшыға қарағанда, бірде өрлеп, бірде құлдилап, сай-сала қуалап көп жүретін болғандықтан, аттың ер-тұрманы жылжымайтын, орнықты болуына қатты көңіл бөлінеді. Осыған байланысты ер-тұрманға қосымша *айыл* тартылады. Бүркітші саятқа шыққанда ең қажетті құрал-сайман және жабдықпен қоса, бүркіттің аяғының қанын тоқтататын *бұлғарының еті* деп аталатын бұлғарының ішкі бетіндегі ұлпасын бірге алады (саятшылықта, әсіресе ірі жыртқыш аңға түскен бүркіттің жаралануы – жиі болып тұратын жайт). Аязды күндері *бүркіт құндағы, тазыны орайтын жамылғы, кешке тоңғанда киетін дақы, мұйығын ердің қанжығасына байлап бөктеріп алады* [40].

Көп шығынды қажет ететіндіктен, қазақтың бәрі бірдей аң ауламаған, өйткені аң аулау үшін *жүйрік тазы, берен мылтық, қыран бүркітті* табу өз алдына, оларды ұқсатып ұстау үлкен шығынды қажет етті. Сондықтан аңшылықпен бай және орташа ауқатты қазақтар айналысты. Олар үшін аң аулау мәртебелі қарекет болды. Қазақы жіктеу бойынша, қару мен сайманның көмегімен *аң қағу аңшылық*, ал ит пен жыртқыш құстардың көмегімен *аң түсіру саятшылық* деп аталады. Аңшылықтың *тазымен аң қағу, саят, сонар, салбурын* деген сияқты түрлері болды. Ресей отаршылығы күшейген заман да аң ату құралдарының жетілген түрлері кең таралуына байланысты дәстүрлі аңшылықтың біраз түрлері өзінің кәсіптік маңызын жоғалтты. Мысалы, аң аулаудағы ежелгі тәсілдердің бірі – *құс пен құмай-тазымен аң аулау* кейінгі замандарда қызыққуар, ермектік мәні бар ғана әрекет болып қалды. Дәстүрлі аңшылықтың тәсілдері сан алуан: *құм қақпан, тас қақпан құру, орға жығу, індету, қысаңға қамап, сойылмен ұру, тұзақ, абақ, шанишу, атқы, баспа, ау, тор, ат үстінен сойыл-шоқпармен соғу* және т.б. Бұл тәсілдер үнемі толығып, жетілдіріліп отырды және бұл қарапайым тәсілдердің біразы күні бүгінге дейін маңызын жоғалтқан жоқ.

Аң аулаудың маусымы. Дәстүрлі дүниетанымның табиғатты және жануарлар дүниесін қастерлеуге негізделген нормалар мен принциптерге

байланысты қазақтар әр аңды аулаудың белгілі бір мерзімін белгілеп отырды. Көктем маусымында аң-құстар жаппай түлейді, оның үстіне терісінің сапасы бұзылып, жұқарады, әрі етінен арылады. Оның үстіне осы кезде аң-құс біткен ұрпақтарын өрбітеді. Сондықтан ұя басар құсты, аналық аңды әсте ауламайды. «Қазақтардың бір азғанасы кәрі шалдар, молдалар жазғытұрым құс жұмыртқаларын басып, балапандарын шығарып, аңдар балаламаған буаз мезгілде атпаңдар деп өсиет қылады. Жаздыкүні мергеншілер тазы, мылтықпен түлкі, қасқыр, адал аңдарды аулайды. Күздігүні, қыстың күні аңды көбірек аулайды», – деп жазды қазан төңкерісіне дейінгі белгісіз автор осы жайт жөнінде [41]. Ал еті үшін ауланатын аңдарды шілденің соңынан бастап аулайды, өйткені осы кезде аң-құс тойынып жетіледі. Терісі үшін ауланатын аңдарды жабағы жүні кетіп, жаңа жүні жетілген, түбіті толған кезде аулайды. Еріген қар суларынан пайда болған ұсақ көлшіктердің суы тартылған сәтте құстар қамыс арасында ұя салып, балапан шығаруға дайындық жасайды. Осы кезде құс аулауды доғара тұрады. Осы уақыттан бастап, қаршыға, сұңқар тектес жыртқыш құстар түлекке отырады. Ал қаз бен үйректі құс келген кезде және күзде құс қайтар кезде ғана аулайды, яғни балапандар жетіліп, ұша бастаған кезде күзгі құс аулау басталады, әсіресе жыл құстары жылы жаққа қайта бастаған кезде құс аулау қауырт жүреді. Сондай-ақ алғашқы аяз түсіп, яғни күзгі амал басталып, құстар көлге топ-тобымен жиналған кезде олжаны молынан түсіруге болады. *Ителгімен* жыл бойы аң аулайды, – дейді белгілі зерттеуші М.Д. Сеитов [42]. Ал бүркітпен аңға шығу қар түскен аязды шақта басталып, қыстың аяғына дейін жалғасады. Қазақта аңға сәтсіз күні шығуға тырысады, себебі мұндай күндерде аң жаңылып, аңшының олжасына оңай түседі-мыс. Қазақы жосын бойынша, аң-құсты жөн-жосықсыз аулауға жол бермейді: *ұйдағы бөлтірікті өлтірсең ұлып қаласың* деген принципті ұстанды. Сондай-ақ еліктің лағын, бұғының бұзауын және аққуды киелі деп, оларға мүлдем тиіспейді. Құстардың басып жатқан жұмыртқасына немесе жас балапанға тисе олар қарғайды деп есептеген [43]. Ал балаларға жұмыртқаны жаруға қатаң тыйым салынды, себебі жұмыртқа жарған баланың беті шұбар, секпіл болып кетеді-мыс.

Аңға қатысты ырымдар мен тыйымдар. Қазақтың саятшылық заңы бойынша, аңға мүлдем салынбаған, яғни бауы ашылмаған бүркітті немесе ауыздандырылмаған тазы итті жазым еткен адам дәл сондай бүркіт немесе тазы күшігін беріп, шығын орнын толтыруы қажет. Бүркіттің құны бір бойдақ қойға тең. Алғыр тазы және қыран бүркіттің құны қымбатқа түскен. Аңға алғаш шыққан адам олжасын ешкімге байламайды. Жолаушыға айдалада кезіккен аң да киелі саналады. Осыған байланысты «абыройы асар жігіттің алдына ажалды аң кезігеді» деп, осы жайтты жақсы ырымға жорыған. Ерекше белгілері бар «нысаналы» киелі аң болса (*сыңар мүйіз, теңбіл*, қалыпты түстен өзгеше аң деген сияқты), оның киесінен қорқып, атуға бармаған [44]. Құс төресі – аққу мен сары ала қаз, көкек, көккөптер сияқты құстарды аялап, атпайды, ауламайды да. Аңның төлдері мен аналықтарын атпаған. Соңынан жыртқыш қуып келе жатқандарын көрсе, атпай, керісінше құтқарып жіберіп отырған. Әсіресе, әулиелер жерленген аумақта жүрген жануарларға мүлдем тиісуге болмайды. Мысалы,

Маңғыстаудағы Бекет атаның Оғландыдағы мешітінің маңайында жүрген «асыл текті арқар, киік секілді хайуандарға тиіскеннің отбасына жақсылық келмейді» дейді жергілікті халық. Бүркітшінің бүркіті түлкі алғанда, аңшының мылтығы аңға дарығанда, кезіккен жасы үлкен адамға байламай кетіп, ол адам дауласа, аңшы айып тартады. Аңшының біреуге байлаған аңы екінші адамға байланбайды. Сондай-ақ жасы үлкен адамға бір рет аң байланса, оған екінші қайта байланбайды. Атпен немесе құспен аң қағу барысында аң кіріп кеткен інге кімнің аты немесе құсы бұрын жетсе де, әлгі аңға тиіспейді, өйткені аңды қолға түсіру үйге кіргенмен бірдей деп есептейді. Жараланған жыртқыш аңға жууға тым жақындауға болмайды, әсіресе жолбарыс, аю, қасқыр жараланған кезде тиіссе, олар қатты кек сақтайды деп санайды. Кәнігі аңшылар атып алған аңның тұрпатына, күйіне қарап, алдағы маусымға, мысалы қыстың болашақ райына болжам жасаған. Мысалы, *түздің қоңыр аңының бүйрек майы бітеу болса, қыста қар қалың түседі. Түздің қоңыр аңы үйір құрып, сай-саланы паналаса, ауа райы бұзылады. Түздің қоңыр аңы күзде бұлақ сағаласа, қыста қар жұқа түседі.* Аңшылыққа байланысты төмендегідей ырымдар жиі қолданыста болды: аңға шығарда қаруы мен қамшысына әйел адамның қол жалғауына болмайды, өйткені жолы болмай қалады деп ырымдайды. Сондай-ақ аңшылар далаға түнесе, өзі жатқан жерді айналдыра шеңбер сызып жатады. Шеңберге бәле-қаза, жыртқыш аң жоламайды деп сенеді.

Сонымен қатар қазақта аң аулап, құс салып қанжығасы қамданып олжалы оралған аңшыдан ел шетіне келгенде алғашқы кездескен адамның *кәдесый* сұрау жоралғысы болған. Аңшылықтан келе жатқан аңшыға ел шетінде жолшыбай жолыққан адам этикет бойынша сәлем беріп, «Қанжығаң майлансын!» деп, тілек білдіреді. Сонда аңшы (мерген): «Сізге байлансын!» деп, жетек атқа артқан олжасынан түлкі, қоян немесе қаз-үйректің бірін оның қанжығасына байлайды. Бұндай жол-жоралғы *сыралғы* деп аталған. Бұндағы сыралғы *шыр* (*май*) деген мағынаны білдіреді. *Сыралғы* атауы тілдік жақтан *шыр*, *сыр* және *алғы* (алу) деген екі сөздің дыбыстық әрі мағыналық кірігуі (контаминациялануы) арқылы жасалған [45]. Ал этикалық норма тұрғысынан аңшыдан сыралғы алу жоралғысы, түптеп келгенде, адамдардың руішілік, руаралық әлеуметтік қатынастар жүйесіне қатысты қырларын реттеудің өзіндік бір тетігі іспетті болған. Академик І. Кеңесбаев сыралғы атауына тоқтала келіп, оны «бертін келе кей жерлерде аңшыдан (мергеннен) алатын салықтың түріне арналған» дейді [46]. Демек дәстүрлі қазақ қоғамындағы аңшылық – күрделі кәсіби біліктілікті талап ететін, халықтық білімнің сан саласымен ұштасқан, әлеуметтік-мәдени маңызы зор феномен. Аңшы тұлғасы – тек табиғатпен бетпе-бет келетін адам ғана емес, сонымен қатар ортағасырлық халықтық ғылым мен практика негізінде қалыптасқан ерекше әлеуметтік тип ретінде бағаланды. Қазіргі таңда аңшылық кәсіптен гөрі хобби, спорт, туризм ретінде қабылданады. Бұрынғы поэтикалық бейнелер (қыран құс, құралайды көзге атқан, мерген, тазы т.б.) қазір метафораға айналып кеткен. Аңшылық ұғымы қазақтың дәстүрлі мәдениетінде батырлық пен тіршіліктің символы болса, қазіргі қоғамда заңдық, спорттық және экологиялық дискурстағы құбылыс ретінде репрезентацияланады. Тілде

аңшылықтың мәдени-әлеуметтік трансформациясын айқындайтын тілдік бірліктер жеткілікті. Осы мысалдардың барлығы да экономикалық сананың тікелей көрінісі.

Экономикалық сана – тек қана экономикалық білімдер мен ұғымдар жүйесі емес, ол – ұлттың танымы, құндылықтары, мәдени-когнитивтік құрылымы, тарихы мен әлеуметтік интуициясының жиынтығы. Қазақ халқының ұлттық экономикалық санасы тарихи кезеңдерде үздіксіз трансформацияланып отырды. Әрбір тарихи кезең экономикалық ұғымдар мен құндылықтардың тілдік қалпын жаңғыртты. Қазіргі экономикалық сана тек заманауи қоғамның нарықтық заңдылықтарына бейімделіп қана қоймай, ұлттық салт-дәстүрмен қоса, жаһандық тенденцияларды да синтездеп отыр. Осылайша, тіл – экономикалық сананың басты репрезентациялаушысы ретінде қоғамдағы болып жатқан өзгерістерді бейнелей отырып, экономикалық коммуникацияның негізгі құралына айналды. *Инвестиция, инновация, цифрлық экономика, қаржы, несие, банк, криптовалюта, биткойн, жасыл экономика* тағы басқалар сияқты терминдердің барлығы да қазақ ұлттық экономикалық санасының жаңашылдыққа бейімделіп жатқандығының айғағы. Жалпы алғанда, осындай экономикалық реңкі бар ұғымдардың семантикалық өрісінің кеңеюі, оның қазіргі экономикалық дискурста, оның терминологиясында белсенді қолданылуы, тілдік бейнесінің өзгеруі – қазақ халқының ұлттық экономикалық санасының жаңғырып, модернизацияланғандығын көрсететін маңызы жоғары үдеріс.

Сонымен қысқаша айтқанда, экономикалық сананың бірнеше түрі ажыратылған: Е. Барисов экономикалық сананы тұрмыстық және ғылыми деп екіге бөледі [47]. А. Архипова мен Р.П. Чапцовсов шығыс және батыстық тип деп бөледі [48]. С.Н. Ивашковский экономикалық сананың кәсіпкерлік түрін қарастырады [49]. В.М. Кузнецов жұмысшылардың экономикалық санасын өз алдына дербес зерттейді [50]. Экономикалық сананың түрлері қоғамның тіршілік ету болмысының формаларына, экономикалық реалийлерге, экономикалық қатынастарға сәйкес келеді. Ғалымдар экономикалық сананы келесі түрлерге жіктейді:

- экономикалық сананың тарихи қалыптасқан (географиялық) батыстық және шығыстық түрлері;
- қалыптасу, пайда болу сипатына қарай: эмпирикалық, абстрактілі жән әлеуметтік-экономикалық бағдарланған түрлері;
- кәсіпкердің және жұмысшының экономикалық санасын бейнелейтін өркениеттенген түрі.

Әрқайсысына жеке-жеке тоқталған ғылымда экономикалық сананың шығыстық түріне мемлекеттік деңгейдегі ойлау, ал батыстық түріне нарықтық ойлау көбірек тән екені байқалады. Қалыптасу сипатына қарай экономикалық сананың эмпирикалық, абстрактілі, әлеуметтік-экономикалық түрлері көрсетіледі. Экономикалық сананың эмпирикалық деңгейі тікелей экономикалық әрекет барысында күнделікті тұрмыстағы тәжірибеге, фактіге, қоғамның экономикалық өмірінің жағдаяттарына сүйене отырып, солардың негізінде қалыптасады. Бұл деңгей қоғамның өзекті мәселелерін, оның

күнделікті тұрмыстағы экономикалық практикасына байланысты туындаған міндеттерін шешуге, соларға қатысты іс әрекетті жүзеге асыруға көмектеседі. Көптеген ғылыми еңбекте абстрактілі экономикалық санаға теориялық тұрғыдан баса назар аударады. Тұрмыстық деңгейдегі санаға қарағанда, ғылыми экономикалық сана объективті шындыққа сүйенеді, яғни қоғамды қоршаған дүниеліктерді бәз қалпында беруге ұмтылады. Бұл нақты жағдайды терең түсінуге, экономикалық қызметті бағдарлауға мүмкіндік береді.

Экономикалық сананың теориялық деңгейі қоғамдық өндірістің дамуынан, олардың арасындағы байланыстың күрделенуінен туындайды. Бұл деңгей экономикалық құбылыстардың, экономиканың даму заңдылықтарын, адамзатты қоршаған ақиқатты, оның ішкі байланыстарын, жан-жақтылығын, тереңдігін, толықтығын көрсететін ғылыми түсініктердің, пайымдардың, тұжырымдардың, болжамдардың қалыптасу мәнін түсіндіру үдерісі болып табылады. Экономикалық сананың теориялық деңгейі экономикалық үдерістерді модельдеуге, жекелеген өнеркәсіптердің, кәсіпорындардың, фирмалардың, мемлекеттің экономикалық саясатын құруға және дамытуға, экономикалық дамудың белгілі бір заңдылықтарын шаруашылық жүргізу тәжірибесінде қолдануға мүмкіндік береді. Экономикалық сананың әлеуметтік-экономикалық бағдарланған түрі – бұл мемлекет құрылысының қалыптасу бағыты. Адамзат пен қоғамның қажеттілігін қанағаттандыру, өмір сүру деңгейі мен сапасын жақсарту, экономиканы дамыту осы бағыттың негізгі міндеттері мен құралдары болып табылады. Өз кезегінде экономикалық сананың бұл деңгейінде экономикалық заңдарды елемеуге, оның тиімділігін төмендетуге жол берілмейді. Экономикалық сананың әлеуметтік-экономикалық бағдарланған деңгейі ең алдымен, қоғамның әрбір мүшесін реттеудің түрлі формаларын қолдану арқылы меншік құқығының түрлі формасымен, өмірін сақтандыру кепілдігімен қамтамасыз етеді. Сонымен қатар тиімді жұмыс істеу үшін жағдай жасайды, жаппай жұмыссыздықтың орын алуына жол бермейді, жұмыс күшінің сапасы мен еңбек нарығында бәсекелестікке қабілеттілігін арттырады, жұмыс күштерін теңестіреді, мүмкіндіктер мен өмір сүру жағдайларын теңестіреді т.б. Мұндағы ең негізгі қозғаушы күш ол – мемлекет.

Экономикалық сананың өркениеттенген түрі: кәсіпкерлік экономикалық сананың ерекше түрі ретінде тұрмыстық тәжірибеде жүзеге асырылатын тұжырымның, көзқарастың, тәсілдің және қабылданатын шешімдердің жиынтығы болып табылады. Бұл жерде негізгі рөлді кәсіпкер атқарады. Кәсіпкердің экономикалық санасы – кәсіпке, өндіріске қатысушы барлық тұлғалардың таңдауы, әрекет ету еркіндігі, кәсіпкер мен тұтынушы арасындағы әрекеттестік, сұраныс пен ұсыныстың өзара үйлесім табуы, дамудың негізгі қозғаушы күші ретінде бәсекелестік, максималды пайда алуға деген ұмтылысы арқылы анықталады. Кәсіпкердің экономикалық санасының нарықтық түріне тән негізгі белгілерге – еркіндік, бастамшылдық, жалпы прагматизм, икемділік, бейімділік, догматизм, бәсекелестік жағдайында әрекет ете алу қаблеті т.б. жатады.

Экономикалық сананың табиғаты ең алдымен қоғамдағы әлеуметтік қатынастардың ерекшеліктеріне байланысты анықталады [51]. Қоғамға өнім беру әдісі бұл – экономикалық сананың негізгі типологиялық сипаты ретінде оның мәні мен мазмұнын ашудың, түсінудің басты кілті болып табылатындығын айтып өткеніміз жөн. Түрлі тарихи кезеңдерде жүргізілген реформалардың көп болуы экономикалық сананың түрлерінің пайда болуына, өзіне тән ерекшеліктерінің толығып, өзгеріске ұшырауына әкелді. Қазіргі ТМД елдерінде, экономиканы қайта құру жағдайында экономикалық сананың айтарлықтай өзгеріске түскенін байқамаймыз.

Дамудың қазіргі кезеңінде экономикалық сана келесі жаңа бағыттарға жіктеліп кетеді: либералды – индивидуализмнің ең жоғарғы дәрежесі (өз мүддесін іске асыру), яғни бұл экономикалық бастамшылдықты, шешім қабылдаудағы және экономикалық стратегияны таңдаудағы еркіндікті білдіреді; тұрақты/кертартпа (консервативный) түрі – жалпы экономикалық құбылыстарды, бүкіл экономикалық ақиқатты, тұтастай алғанда қоғамдық қатынастарды талдауда ескі әдіс-тәсілдерді қолдану, ескі пікірде қалу, бұрынғы үлгілерді сақтау тенденцияларымен ерекшеленеді [52].

Біз тілдік деректерге сүйене отырып, ұлттық сананың бір элементі ретіндегі қазақ этно-мәдени тілдік қауымдастығының экономикалық санасын хронологиялық тұрғыдан дәстүрлі және заманауи, сонымен бірге кезеңдік тұрғыда кеңестік және тәуелсіздік алғаннан кейінгі деп, шартты түрде төрт контексте қарастырамыз.

Тіл мен экономика бастапқыда бір-бірінен алшақ әлеуметтік құбылыстар ретінде қабылданғанмен, қазіргі ғылымда бұл екі саланың өзара тығыз байланысы айқындалып отыр. Экономикалық қызмет пен нарықтық қатынастар тіл болмаған жағдайда жүзеге аспайды. Тіл – экономикалық білімдерді, тәжірибені сақтау мен трансмиссиялау құралы, сонымен қатар экономикалық ұлттық құндылықтардың, құрылымдардың, концептілердің когнитивтік және мәдени репрезентанты ретінде қызмет етеді. Осыған байланысты қазіргі гуманитарлық ғылымдарда экономикалық лингвистиканы, лингвоэкономика, экономика тілін, тілдегі экономиканы зерттеу және экономика мен тілдің өзара құрмаласуын (интеграциясын) талдау бағыттары ерекше назарға ілініп отыр. Зерттеуіміздің келесі тараушасында осы туралы, яғни тіл мен экономиканың өзара құрмаласуына, оның әлемдік ғылымда зерттелу тарихына, заманауи бағыттары мен әдістеріне кеңінен тоқталамыз.

1.2 Тіл мен экономиканың байланысын зерттеудің заманауи бағыттары мен әдістері

Осы зерттеуде алғаш рет тілді экономика саласымен байланыстырып, экономикадағы тілдің рөлін анықтауға талпыныс жасалды, сонымен қатар экономикалық сана – ұлттың экономикалық мінез-құлқы мен шешімдер жүйесін айқындайтын маңызды компонент ретінде қаралып, оның қалыптасуы мен трансформациясы тіл арқылы жүзеге асатындығы дәлелденді. Ғаламдық өзгерістер мен ұлттық даму тоғысында экономикалық сана жаңа дискурстық

формалар арқылы көрінеді. Сондықтан ғылыми жұмыста қазіргі қазақ ұлттық экономикалық санасының кеңестік және тәуелсіздік кезеңдеріндегі өзгерістері талданды. Негізгі мәселе – экономикалық сана трансформациясын, оның лексикалық репрезентациясы негізінде анықтау болды. Ол үшін алдымен лингвистикалық экономика (лингвоэкономика) немесе «экономика тілі» ұғымына түсінік берілуі қажет, себебі бұған дейін экономика мен тілдің арасындағы байланыс туралы тек қана болжалды, жалпылама ізденістер жүргізілсе, қазіргі лингвистикада бұл сала бойынша нақты зерттеулер бар. Төменде тіл мен экономиканың құрмаласуына арналған зерттеулерге шолу жасадық.

Тіл – адам танымын қалыптастырушы басты түрткіжайт. Оның қызметтеріне коммуникация құралы болумен қатар тілдік қауымдастықтың тарихи кезеңдерінде жиналған білімдерді куммуляциялау, аккумуляциялау және үздіксіз трансформациялау жатады. Үндесімді дыбыстар жүйесі мен үйлесімді таңбалардың көмегімен тіл алуан ауқымды ақпарат жеткізеді, сөйлесімді жүзеге асырады, қарым-қатынас орнатады. Бұл – тілдің бір ғана функциясы. Тіл – адам өмірінің барлық аспектілерінде көрініс табады. Біріншіден, ойды құрылымдауға мүмкіндік береді. Зерттеушілер әр тілде ой әртүрлі құрылады деген тұжырым жасап отыр. Сонымен қатар тіл адам капиталын құраушы негізгі құрал болғандықтан, адамның экономикалық-әлеуметтік жағынан дамуына да, оның экономикалық шешімдеріне де белгілі бір дәрежеде әсер ете алады. Оған қоса, түрлі еңбек нарығына шығуға, тиімді, жалақысы жоғары жұмысқа орналасуға мүмкіндік береді. Мәселен, жеті дамыған елде жүргізілген зерттеу нәтижелеріне сүйенсек, ана тілімен қоса шет тілін жетік білу кірісті арттырып қана қоймай, жұмыссыздық қаупін де азайтатыны белгілі болған [53].

Тілдің әлеуеті мен энергиясы, қоғамдық-әлеуметтік мәні, қызметі мен рөлі экономист-ғалымдармен қатар әлеуметтанушы, тілтанушы ғалымдардың да қызығушылығын оятты. Оны әртүрлі кезеңдерде АҚШ, неміс, фин, венгр ғалымдары жүргізген зерттеулерден байқауымызға болады. Мәселен, Германияның отарында болған Венгрия ұлттық тілі – мажар тілін модернизациялап күшейту арқылы ұлттық идеологияны қалыптастырып, мажар халқының ұлттық рухын, елдің экономикасын көтеріп алды. Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін неміс тілі тоқырауға ұшырады, себебі соғыстан кейінгі жеңілістен соң неміс ұлты өздерінің неміс болғанына ұялып, ұлттық рухын жоғалтып алды. Осы уақытта неміс тілінің лексиконына ағылшын тілінен жаңа сөздер көптеп ене бастады. Соның салдарынан неміс тілі ағылшын тілінің ықпалына түсті. ХХІ ғасырдың 80 жылдарынан бастап Германия үкіметі ұлттық тілді қолдау саясатын мықтап қолға алды [54]. Қазіргі таңда олар неміс тілін қолдау саясатында ұстанған либералды қағидаттарды консервативті қағидаттарға алмастырып, неміс тілінің тазалығын сақтау үшін қыруар қаражат жұмсап отыр. Ал француздардың Тіл туралы заңы – Тубон заңы (1994) деп аталады. Әзірлеуші – Францияның Мәдениет министрі Ж. Тубон [55]. Заңда француз тілін ұлттық тіл ретіне сақтап қалудың барлық тетіктері көрсетілген. Мұндай мысалдар бүгінгі күні Еуропада жаһанданумен қатар ұлттану саясаты

қатар жүріп жатқанының жарқын дәлелі бола алады. Қазір барлық зайырлы мемлекеттер өздерінің ұлттық тілін сақтап қалуға тырысады, себебі мемлекеттік тілді күшейтуге мемлекеттің өзі мүдделі. Бұл – тілді модернизациялау арқылы қазіргі тенденцияларды ескере отырып, дұрыс тіл саясатын құру дегенді білдіреді [56].

Тіл – этномәдени қауымдастықтың құндылықтарын, танымы мен мәдениетін әлемге танытатын тасымалдаушы, сондықтан бүгінде «жұмсақ күш» <ағыл. Soft power> саясаты қолданатын негізгі құрал. Мұндағы «Жұмсақ күш» дегеніміз – күштеу немесе бопсалау арқылы емес, серіктестерді өз еркімен қатыстыру арқылы дітіне жету, бұл – «ақпарат пен образдардың билігі», «жұмсақ күштің» басты қасиеттеріне бейматериалдылығы, ақпараттылығы мен қозғалмалығы жатады [57; 58]. Жұмсақ күштің басты мағынасы – тартымды билікті қалыптастыру, яғни адамдарды бұрын ешқашан жасамаған, жасамайтын әрекеттерді жасауға жанама түрде мәжбүрлеу арқылы олардың жүріс-тұрыс, мінез-құлқына әсер ету. Барлық әлемдік үздік мәдениет тілдің көмегінсіз қанат жаймас еді. Әлем халқы тіл үйрену, тілді қолдану арқылы жаңа технологияны, ғылым мен мәдениетті игере алды десе артық емес.

Адам капиталы теориясын зерттеуші, әрі оның негізін қалаушы Гари Беккер адамның іс-әрекеттеріне экономикалық тәсілдерді қолдана отырып ықпал етуді ұсынады [59]. Г. Беккер адамның білімі мен еңбек дағдыларына жұмсалған инвестиция оның еңбек өнімділігі мен нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттырады деген тұжырымға келеді. Ғалымның пікірінше, білім берудің ең маңызды факторларының бірі – тіл үйрету. Мәселен, АҚШ-та ақ және қара нәсілді халықтың тілі мен табысы арасындағы корреляцияны зерттеу барысында олардың табыс деңгейі тілді білу деңгейіне байланысы болмай шыққан. Кейінірек Еуропада бұл тақырып көші-қон ағымы артқаннан кейін екінші тілді меңгеру табысқа қаншалықты әсер ететіндігі зерттелді. Зерттеу билингвалды (Канада) және полилингвалды (Швейцария) халқы бар мемлекеттердің негізінде жүргізілді [60], нәтижесінде ұлттық тілді және оған қоса екінші шет тілін білетін халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайы мен табысы жоғары екені анықталды. Осылайша, тілдерді үйренудің экономикалық маңызы бар және ел экономикасы үшін тілге инвестиция салу аса қажет деген тұжырым жасалды. ХХІ ғасырдың басынан бастап дүниежүзілік экономиканың, қаржының ғаламдануына, сауда байланысының интернационалдануына, ақпараттық және интеграциялық үдерістердің дамуына байланысты тілдің рөлі айтарлықтай күшейді. Сонымен қатар тіл – елдің ішкі жалпы өніміне үлкен үлес қосатын орасан зор экономикалық ресурс. Мәселен, Еуроодаққа мүше елдер ағылшын тілін пайдаланғаны үшін Ұлыбританияға жыл сайын 10 млрд. еуро төлейді. Одан бөлек ағылшын тілінде жүргізілген қаржылық қызметтер мен сыртқы сауда тағы 17 млрд. еуро табыс әкеледі [61]. Осы сияқты үдерістерді, тіл мен экономиканың өзара байланысын зерттейтін ғылым саласы – *лингвоэкономика* немесе экономика тілі деп аталады.

Лингвистика мен экономиканың байланысын зерттейтін ғылым саласы «Экономика тілі» – «Language economy» [62] 1960 жылдан бастап қалыптасты.

Лингвоэкономика – әлеуметтік-экономикалық үдерістеріндегі тілдің рөлін анықтайды және тіл мен экономиканың байланысындағы, мәселен, қай тіл өміршең, елдің экономикалық мәдениетін көтеруде тілдің әлеуеті қандай, экономиканың дамытуға көптілділіктің әсері бар ма, тіл үйренудің пайдасы мен шығындары, оны үйренушінің тұрмыс деңгейінің өсуіне ықпалы деген сияқты өзекті сұрақтарға жауап береді, сонымен қатар ұлттық тілдегі сапалы бизнес-контент құру мәселелерін қарастырады. Оның әдіс-тәсілдері тілдің өзгеруін болжауға, тілдің сақталуына немесе жойылуына әсер ететін экономикамен байланысты түрткіжайтарды анықтауға көмектеседі. Өз кезегінде бұл тәсілдер тіл тұтынушылары, тілдік қауымдастықтардың тілді қолдануы мен тіл эволюциясын зерттеу нысанына алатын әлеуметтік лингвистика және тіл тарихы салалары үшін өзекті.

Лингвоэкономика мен әлеуметтік лингвистиканың бір-бірінен басты айырмашылығы – лингвономика тілді және тілге байланысты құбылыстар мен заңдылықтарды жалпы экономикалық ұғымдар мен заңдылықтардың аясында, соның көрінісі ретінде қарастырады. «Тіл экономикасы» [...] теориялық экономиканың парадигмасына жатады және лингвистикалық қатынастарды зерттеуде экономиканың тұжырымдары мен құралдарын қолданады; ол негізінен экономикалық өзгерістер әсер ететін қатынастарға назар аударады» [63]. Тіл саясатын жүзеге асыруда, тілдерді дамыту бағдарламасын жасауда лингвоэкономикалық зерттеулер аса қажет. Бір сөзбен айтқанда, лингвоэкономика әлеуметтік-экономикалық үдерістердегі тілдің рөлін өзінің зерттеу аясы етіп алады. Лингвоэкономиканың негізін салушы ретінде америкалық ғалым Джейкоб Маршак танылып жүр. Ол 1965 жылы алғаш болып «The Economics of Language» атты мақаласын жариялады. Онда ол тілді өзіндік құны бар параметр ретінде қарастыруды ұсынды. Дж. Маршак өз зерттеуінде тілді игеру үшін қанша ресурс жұмсалады, қанша шығын шығады және оның кірісі қандай, меңгерген білім қандай пайда әкеледі, әлеуметтік-экономикалық тұрмысты қаншалықты өзгертеді деген сұрақтарға жауап іздейді, нәтижесінде тілге құндылық, пайда, шығын тәрізді экономикалық сипаттардың тән екенін дәлелдеп берді [64].

Маршактың зерттеуі сарапшылар қауымдастығының қызығушылығын оятты, әсіресе тіл саясаты қоғамдық шиеленіс тапқан елдерде осындай зерттеулер қолға алына бастады. Мәселен, 1960 жылы Канадада франкофон мен ағылшынтілді халық арасындағы поляризация шарықтау шегіне жетеді. Ағылшын ғалымдары Канада негізінде қызықты зерттеу жүргізеді [65]. Зерттеуде екінші тілді білу табыс деңгейіне қаншалықты әсер етеді деген сұраққа жауап алынады, нәтижесінде ғалымдар Квебекте тұратын, ағылшын тілінде сөйлейтін франкофондар ағылшын тілін білмейтін квебектерге қарағанда көп ақша табатынын анықтайды. Француз тілін білу артықшылық бермейтіні де дәлелденеді. Француз тілін білетін және Квебекте тұрмайтын ағылшынтілді Канада азаматтарына француз тілін білгені пайда әкелмеген, олардың табыс көздері өзгермеген.

Осыдан кейін мұндай зерттеулер Еуропа елдерінде көптеп жүргізіле бастады. Экономика мен тілдің арасында тікелей байланысты АҚШ, неміс, фин, Венгрия ғалымдары да байқаған. 1784 жылы 6 мамырда Германия королі II Йозеф

Германияның отарлауында болған Венгрияда неміс тілін ресми тіл деп жариялайды. Аталған жарлық мажарлардың «ұйқыда жатқан» ұлттық сезімін оятады. Оған дейін мажарларда ресми тіл ретінде латын тілі қолданған, жарлықтан кейін мажар халқы ұлттық тілі – мажар тілін алдыңғы лепке шығарады. Қарсылыққа ұшыраған Жарлықты II Йозеф 1790 жылы күшін жояды [66].

Осыған ұқсас құбылыс Финляндияда да іске асты. Азаматтық соғыста, Екінші дүниежүзілік соғыста шығынға ұшырап, Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін экономикалық маңызды аумағынан айырылып, 6 жыл бойы КСРО-на 300 доллар репарация төлеуге мәжбүр болған Финляндия аз уақыт ішінде өз экономикасын көтеріп алды. Мұндай сәтті реформаның тетігінде ұлттық рухты оятып, ұлттық идеологияны қалыптастырған, мемлекеттік басқаруда, мәдениет саласында швед тілінің орнына мемлекеттік тіл – ұлттық тіл – фин тілін қабылдатып, қолданысқа енгізген Элиас Лённрот, Й.Л. Рунеберг, философ, сенатор Й.В. Снельмандардың «ұлттық рухты оятудағы» еңбектері жатты [67]. Экономист-тарихшылар бұл құбылысты сәтті жүргізілген реформаның нәтижесі деп тұжырымдайды. Тілі арқылы экономикасын көтеру реформасының астарында фин тілінің мәртебесін көтеріп, оның әлеуетін арттыру жұмыстары, басқаша айтқанда ұзақ жылдар бойы қалыптасқан фин тілінің энергиясы мен инерциясы негіз болды.

Тіл мен экономиканың арасындағы байланысты зерттеген ғалымдардың барлығының ортақ пайымдары мынаған келіп саяды: тіл – өз әлеуеті, энергиясы, инерциясы арқылы ұлттың рухын көтере алатын, көзге көрінбейтін қуатты құралдың бірі. Егер экономика ұлттық тілде жасалса, елдің ісі ілгері басады, сөйткен экономика ұлттық тілді де күшейтеді. Ал дамыған ұлттық тіл қайтадан экономиканың ілгерілеуіне әсер етеді [53, 162]. Ғылымда бұл үдеріс *кері байланыс механизмі* <ағыл. *feedback mechanisms*> деген атаумен танылды. Бұл механизмді 2013 жылы әйгілі экономист-ғалым М. Keith Chen анықтады. Ол доминатты тілдер экономикалық шешімдерге ықпал ету арқылы өз позициясын одан әрі күшейте түсетінін айтты [68]. Ғалым өз зерттеуінде тілдің беделі көтерілген сайын тілді қолданушылардың саны артатын тенденцияны байқаған. Тілдік қауымдастықтың әл-ауқаты өскен сайын, сол қоғамдағы доминант тілдің де имиджі артады. Бұл экономиканың дамуына, ал дамыған экономика тілдің тұғырын (позициясын) нығайтуға ықпал етеді деген тұжырымға келеді. Ресейлік лингвonomист ғалым С.Б. Белецкийдің бастапқы болжамы бойынша ағылшын тілін немесе қытай тілін меңгерген адамның табысы жоғары болады, себебі нарықта мұндай мамандарға сұраныс жоғары деп есептеген, алайда олай болып шықпаған. Басымдық – жергілікті тілде екен. Мысалы, АҚШ-та ағылшын тілін жетік білетіндердің капиталына қарағанда испан тілін білетіндердің капиталы көп екені анықталған, себебі АҚШ-та испантілді мигранттардың саны көп болған [64, 54]. 2001 жылы голландиялық әлеуметтанушы ғалым Abram de Swaan ағылшын тілін жаһандық тіл деп танып, бүкіл әлемде жүріп жатқан жаһандану үдерісі тек ағылшын тілінде жүреді [69] деген пікірін айтады, алайда шын мәнісінде олай емес екені дәлелденді. Мәселен, Қытай, Үндістан елдерінде,

Латын Америка құрлығында және кейбір басқа елде сауда байланысы, келіссөздер ағылшынша емес, жергілікті ұлт тілінде немесе сол елдің ресми тілінде жүргізіледі. Бұл ең алдымен аталмыш елдердің ішкі сауда айналымының қарқындылығымен түсіндіріледі. Мәселен, қытай кәсіпкері ағылшын тілін үйренуге талпынбайды, себебі оның өз елінде екі миллиард тұтынушысы бар. Еуропалық еңбек нарығын зерттеумен айналысқан В. Гинсбург пен Ж. Прието [70]: кейбір елде жергілікті ұлт тіліне қосымша шет тілін білгені үшін айлық ақыларына қосымша үстемеақы қосылатынын анықтаған. Олар мұндай елдердің қатарына Австрия, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Италия, Португалия және Испанияны жатқызады.

Ғылымда миноритарлы тілдерді де экономикамен байланысты зерттеу нысанына алған ізденістер болды. Мәселен, Ф. Грин тіл иелмені өз тілін өзі таңдайды деген тұжырымға келеді [71]. Ол миноритарлық тілдерді сақтауға ықпал ететін түрткіжайтты және оларды мемлекеттік тіл саясатының көмегімен ынталандыру жолдарын қарастырды. Бертін келе ғылымда пайда болған *Джон және Йи моделі* де [72] Гриннің идеясына негізделді. Аталмыш модель тілдің трансмиссиялық сипатын – тілдің ата-анадан балаға берілу механизмін негізгі айнымалы ретінде түсіндіреді. Бір сөзбен айтқанда, олардың моделінің идеясы мынаған келіп саяды: егер әрбір тіл иелменінде бір-бір баладан болатын болса, олардың тілді таңдауы тікелей әке-шешесінің тіліне және оларды қоршаған ортаның тіліне тәуелді түрде жүреді, яғни бұл сол қоғамның көп бөлігі белгілі бір тілде сөйлейтін болса, қалған азшылығы да сол тілді қолданады дегенді білдіреді [73]. Бұл механизм ғылымда *сыртқы желілік эффектiлер* <ағыл. Network externalities > деген атаумен белгілі. Желілік әсерлер тілді таңдаудың тек жеке деңгейдегі шешім ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік ортаның ықпалынан туындайтын координациялық әрекет екенін көрсетеді. Бұл модель сонымен қатар мемлекеттік тіл саясатының, бұқаралық ақпарат құралдарындағы тілдік таралымның және тілдің құқықтық мәртебесінің де шешуші мәнге ие екенін ескертеді. Бұл көрсеткіштер қоғам мүшелерінің тілдік таңдауын қалыптастырып, тілдің ұзақмерзімді өміршеңдігін, не жойылу қаупін анықтайды. Джон және Йи моделі иммигранттар тілінің ассимиляциялану үдерісін, оның механизмдерін, тілдің қолданыстан не себепті шығып қалатындығын ғылыми тұрғыда анықтау мақсатында қолданылды. Осыған ұқсас зерттеулер мен тұжырымдарды америкалық ғалымдар Р. Купер мен А. Джонның зерттеулерінен де байқауға болады. Олар тілдердің географиялық орналасуы, олардың кеңістікте таралуы тілдің өміршеңдігін айқындайтын, әрі оны қамтамасыз ететін негізгі факторлардың бірі дегенді айтады. Ғалымдар тіл өміршеңдігін үш түрлі сипатына қарай ажыратады. Атап айтқанда, ассимиляция (бір тілді қолданудан шығады), тілдердің бір кеңістікте қатар өмір сүруі (көстiлділік), тілдік қауымыдастықтың географиялық орналасуы [74]. Ғалымдардың пайымдауынша, тілді меңгеру, білу және қолдану материалдық-әлеуметтік жағынан ынталандырылатын жағдайда ол тілдің өміршеңдігі артады, яғни көстiлді білу немесе шет тілін білу жоғары жалақы алуға мүмкіндік туғызатын болса, онда ол тілді үйренгісі келетіндердің саны арады, сәйкесінше сөйлермен саны артқан тіл – өміршең тілге айналады. Осылайша, аталмыш модель тілдік ассимиляция мен тілдің

жойылу қаупін тек қана тілдік тұрғыдан емес, әлеуметтік-экономикалық жүйелердің тоғысында қарастырады және қазіргі тіл саясатына қатысты шешімдерге ғылыми-теориялық негіз бола алады.

Тілді қолданудың динамикасын модельдеуге арналған заманауи зерттеулердің бірі – Д. Абрамс пен С. Строгац ұсынған «Abrams and Strogatz's model» деп аталатын үлгі [75]. Модель тілдердің біртіндеп жойылу үрдісін дифференциалдық теңдеулердің көмегімен сипаттайды. Ғалымдар белгілі бір қоғамда қатар өмір сүріп жатқан екі тілдің арасында біреуі екіншісінен басым болған жағдайда немесе біреуінің екіншісінен мәртебесі жоғары болған жағдайда, онда тілдік ортада сол тілге ауысу «code-switching» ықтималдығы да жоғары болады. Мұндағы тілдің мәртебесі (status) мен оны қолданушылардың қоғам ішіндегі үлесі (proportion of speakers) негізгі айнымалылар ретінде алынады. Абрамс пен Строгац моделі тілдік қауымның динамикасын сандық көрсеткіштермен бағалауға және тілдердің жойылу траекториясын божауға мүмкіндік береді. Бұл үлгі тілдердің жойылып кету қаупін нақты айқындайды және тіл саясатын жоспарлау кезінде нақты деректерге негізделген шешімдер қабылдауға сеп болады. Модельдің қолданылу аясы ауқымды. Ол этнолингвистикалық тұрғыдан азшылықты құрайтын қауымдастықтардың тілін сақтап қалу стратегияларын дайындауда, сонымен қатар тілдік ассимиляция үдерісін болжауға тиімді құрал.

Абрамс пен Строгац формуласы:

$$\begin{aligned} \frac{da}{dt} &= (1-a(t)) \cdot P(a(t), s) - a(t) \cdot P(1-a(t), 1-s) \\ &= (1-a(t)) \cdot P(a(t), s) - a(t) \cdot P(1-a(t), 1-s) \end{aligned} \quad (1)$$

мұндағы:

$a(t)$ – уақыттың t сәтінде А тілінде сөйлейтін халықтың үлесі, $1 - a(t)$ – В тілінде сөйлейтіндер үлесі, $P(a(t), s)$ – тілдік ауысу ықтималдығы (А тілінен В тіліне өту ықтималдығы), s – А тілінің мәртебесі (Грин моделіндегі «өміршеңдік» сияқты).

Неттл моделі (1998). Бұл модель тарихи-географиялық түрткіжайттарға негізделеді [76]. Модельдің тұжырымы бойынша бастапқыда тілдер саны өседі, кейін уақыт өте келе халықтардың саны артқан сайын жаңа тілдер сирек пайда болып, қолданыста бар тілдер жойыла бастайды. Сондай-ақ тағы бір модельді Р. Джон ойлап тапты. Ол тіл мен экономиканың арасындағы кеңістіктік-уақыттық байланысты зерттеді. Джонның моделі бойынша тілдік топтар географиялық ось бойынша орналасып, бір-бірімен коммуникативтік қатынасқа түседі, нәтижесінде кейбір тілдер немесе тілдік топтар оқшауланып қалады да олардың жойылу қаупі туындайды. Джон бұл үдерісті «тілдік қауымдастық және экономикалық байланыс» деп атайды [77].

Қазіргі таңда лингвоэкономика саласының зерттеу аясы кең, ол тілдің қоғамдағы қызметін, оның экономикалық әлеуетін экономикалық аспектілер тұрғысынан қарайды. Сонымен қатар: тілді дамытудың экономикалық логикасын (тіл корпусы, сөздік және т.б.) [78]; қоғамның немесе жекелеген адамның әл-ауқаты

деңгейі мен тіл құзіреті арасындағы байланысын (табыс, кіріс, мансаптық жетістік және т.б.) [79]; тіл саясатының экономикалық алғышарттары мен салдарын да [64, 90] өзінің зерттеу аясы етіп алады. Америкалық ғалым Барри Чисвик пен канадалық ғалым По Миллер «The Economics of Language, International Analyses» жинағында тіл мен экономиканың құрмаластығына қатысты мәселелерге арналған зерттеулерін жинақтады [80]. Мұндай зерттеулер тілді қоғам өмірінің басқа салаларымен байланыста қарастыратын аралық ғылым саласы үшін құнды.

Қазіргі кезде екі мемлекеттің тілі неғұрлым жақын, ұқсас болса, соғұрлым олардың арасындағы сауда-саттық жақсы жүреді. Ал егер қарым-қатынас тілі ортақ болса (ана тілі немесе ресми тіл), сауда ағыны орта есеппен алғанда шамамен 1,5 есеге артады екен. Бұл жөнінде С. Вебер мен В. Гинсбург деген ғалымдар зерттеу жүргізген [81]. Олар өз зерттеулерінде екі ел арасындағы сауда байланысының күшеюі, серіктес елдің тілін үйренушілердің күрт көбеюіне алып келетіндігін анықтаған. Экономистер анықтаған тағы бір қызық құбылыс бар.

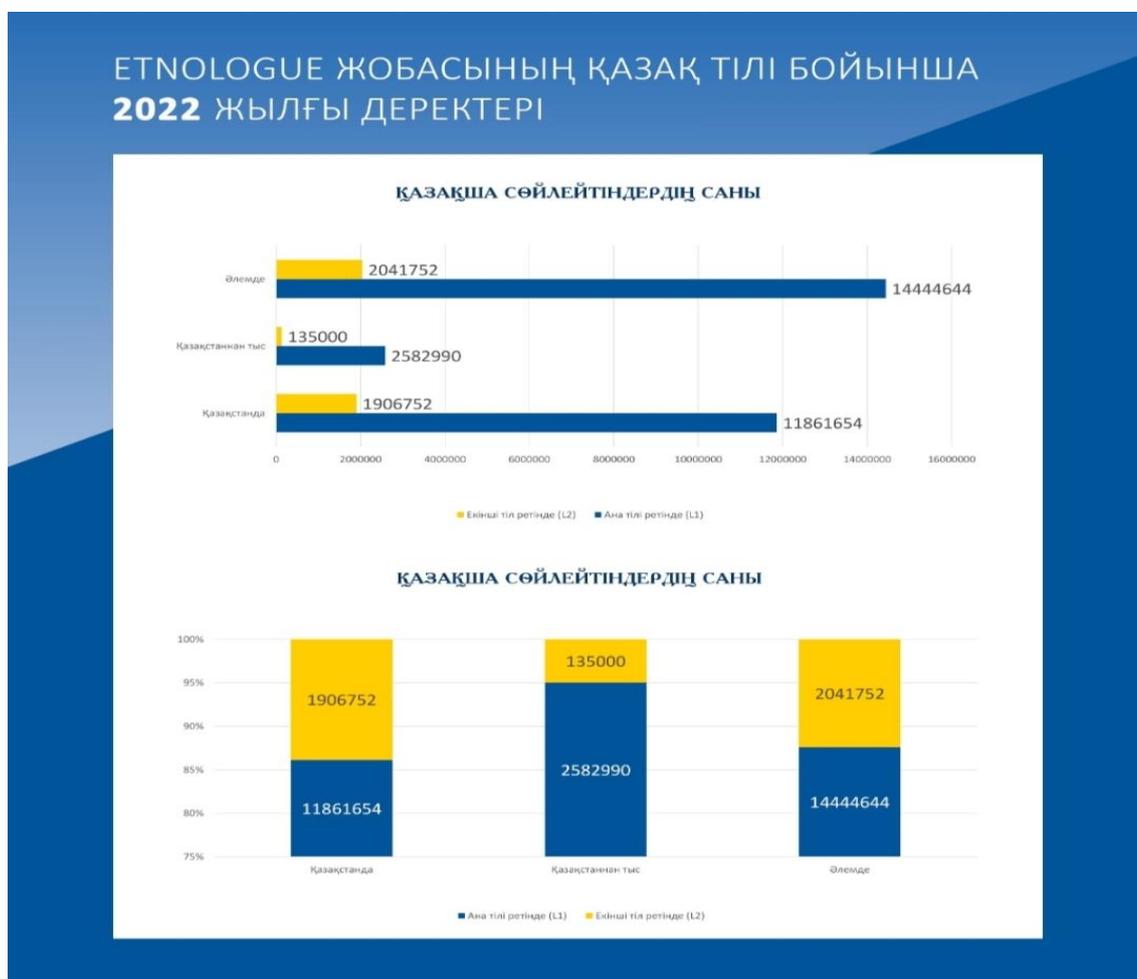
Калифорния университеті мен Хельсинки экономика мектебі экономистерінің зерттеуі бойынша компаниялардың инвестиция алуы, не алмауы оның есеп беру, іс жүргізу тіліне тікелей байланысты болып шыққан. Ғалымдардың айтуынша, инвесторлар ана тілінде ұсынылған жобаларды қаржыландыруға бейім және оны парыз санайды екен. Экономист-ғалымдар қостілді Финляндияның (Финляндияда фин және швед тілі ресми тіл болып табылады, халықтың шамамен 7%-ы швед тілінде, 93%-ы фин тілінде сөйлейді) қаржы биржасының мәліметтерін зерттей келе, швед тілінде сөйлейтін инвесторлар швед тілінде ұсынылған жобаларға, швед мәдениетімен байланысты мемлекеттік компаниялардың акцияларына көбірек қаржы салғаны белгілі болған. Ал фин тілінде сөйлейтін инвесторлар өз тілі мен ұлттық мәдениетіне басымдық берген. Зерттеуде іріктеліп алынған фин компанияларының ішінде екі компания швед тілін өзінің бизнес тілі етіп алып, жобаларын, есептерін тек швед тілінде жариялап отырған, сәйкесінше бұл екі компанияның инвесторларының басым бөлігі шведтер болғаны анықталған. Инвесторлардың мінез-құлқы тілдік басымдықтары арасындағы корреляцияға қатысты ұқсас тұжырымдарды Бельгия ғалымдары да жасаған. Мұнда да француз тілді инвесторлар француз компанияларының акцияларына, ал голланд тілді инвесторлар Нидерланды елімен байланысты акцияларға көбірек инвестиция салғандары байқалған [82].

Осы тәріздес мысалдарды қазақ тіліне қатысты да келтіруге болады. Мәселен, ресми статистикалық мәліметтерге сүйенсек, қазіргі таңда елімізде қазақ тілінде сөйлейтін азаматтар саны қарқындап артып келеді. Жарнама копирайтерлерінің сапасын жақсарту жөніндегі қоғамдық кеңес басшысы Земфира Ержан: «егер қазақстандық бизнес қазақтілді тұтынушылар мен қазақ тілді аудиторияны өз назарынан тыс қалдыратын болса, ауқымды ақша табу мүмкіндігін жоғалтып алуы әбден мүмкін», - дейді [83]. Сөзінің дәлелі ретінде ол ForteBank-тың жарнамалық компаниясы қазақтілді аудиторияға бағыттап жүргізген акциясын сөз етеді. 2017 жылы ForteBank қазақтілді аудиторияға бағытталған жарнаманың қаншалықты тиімді болатындығына көз жеткізген. Банк вайнерлер түсірген «Зың-зың» ролигінің арқасында 1,3 миллиард теңге табыс тапқан, оның себебі:

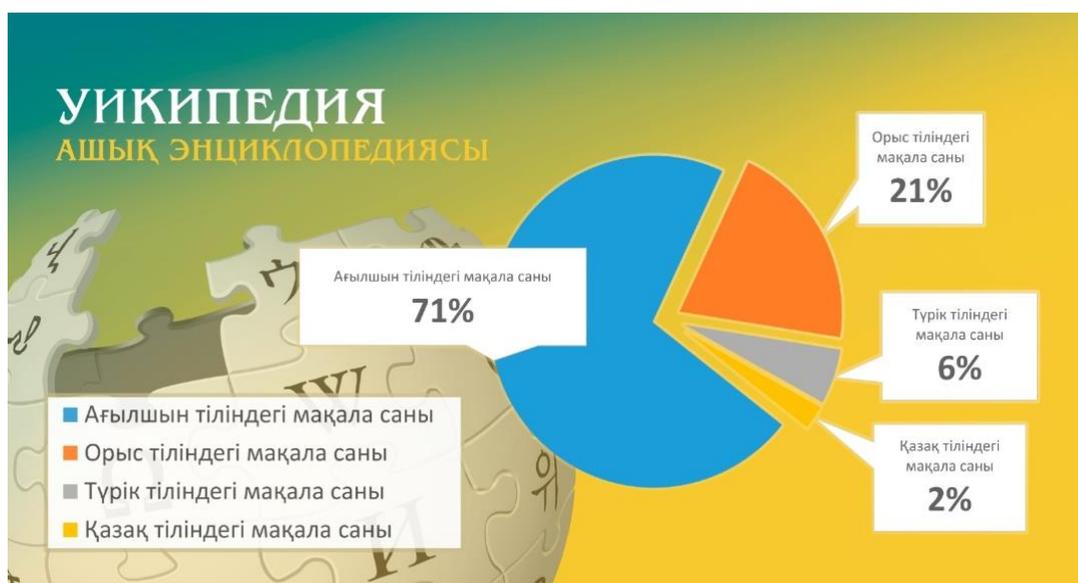
жарнамалық ролик шыққаннан кейін халық шұғыл несиелерді рәсімдеуге кіріскен. Банк басшылығы тұтынушыларға көрсетілетін қызметтерді модернизациялаған, қазақтілді кассирлердің санын 33%-дан 50%-ға дейін өсірген.

Белгілі журналист, баспагер Бақытжан Бұқарбайдың айтуынша, жылдан-жылға еліміздегі демографиялық жағдай өзгеріп, Алматы қаласы қарқынды түрде қазақыланып жатыр. «Осы елде тұрамын десе, балаларын тәрбиелеп өсіріп, осы жерде қаламын деген адамдар қазақ тілін үйрену қажет екенін жақсы түсінді. Қазір осындай өзгеріс болып жатса, бес-он жылда мүлде басқаша болады, қазақтар көбейеді, қазақ тілінің өрісі кеңейеді», - дейді ол Мен qazaqrup.kz басылымына берген сұхбатында.

Etnologue жобасының қазақ тіліне қатысты келтірген 2022 жылғы деректеріне сәйкес әлем бойынша қазақша сөйлейтіндердің саны – 14 444 644 адам екен [84]. Ал Уикипедия ашық энциклопедиясында қазақ тілінде жарияланған мақалалардың пайызы – 2%-ға жеткен (1,2 суреттерді қараңыз).



Сурет 1 – Etnologue жобасының қазақ бойынша 2022 жылғы деректері



Сурет 2 – Уикипедия ашық энциклопедиясы деректері

Сонымен тарихта ұлттық тілін модернизациялау арқылы этномәдени-тілдік қауымдастықтың зияткерлік әлеуетін, рухын көтеріп, мемлекеттің тәуелсіздігін нығайтып, елдің экономикасын көтере алған мемлекеттер көп. Бұл тиімді перспективалы тіл саясатын жүргізумен тікелей байланысты.

Мәселенің зерттеу тарихы. Қазіргі таңда экономика тілінің зерттеу аясы кең, ол тілдің қоғамдағы қызметін, оның экономикалық потенциалын экономикалық аспектілер тұрғысынан қарайды. Сонымен қатар тілді дамытудың экономикалық логикасын (тіл корпусы, сөздік және т.б.) [80, 380]; қоғамның немесе жекелеген адамның әл-ауқаты деңгейі мен тіл күзіреті арасындағы байланысын (табыс, кіріс, мансаптық жетістік (кәсіби) және т.б.) [81, 12]; тіл саясатының экономикалық алғышарттары мен салдарын да өзінің зерттеу аясы етіп алады.

Тіл мен экономиканың өзара байланысы – қазіргі заманғы әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдардың тоғысында пайда болған өзекті ғылыми бағыттардың бірі. Бұл жаңа сала бойынша ғылыми зерттеулер тілдің тек коммуникативтік қызметімен ғана шектелмейді, оның экономикалық жүйелермен, нарықтық қатынастармен және еңбек ресурстарымен тығыз байланыста қарайды. Осы мәселе төңірегінде түрлі жылдары шетелдік және көршілес Ресей ғалымдары тарапынан кешенді зерттеулер жүргізілді. Бұл бағыттың теориялық негіздерін қалыптастыруда М. Хеллингер мен А. Паувельстың (2007), Ж. Фишман мен А. Гарсияның (2010), Б. Спольскийдің (2012), Р. Бэйли, Д. Камерон мен К. Лукастың (2013) еңбектерін де ерекше атап өтуге болады [85-89]. Аталмыш ғалымдар тілдің әлеуметтік құрлым мен тілдік капитал мен еңбек нарығындағы тілдің рөлін, сондай-ақ көптілділік пен экономикалық мобильділік арасындағы қатынасын жан-жақты талдап берді. Ал тіл құрылымын экономикалық әдіснамалар арқылы зерттеу А. Мартинеттің (1955) еңбектерінен бастау алды. Кейінгі жылдары М. Чен (1972), Х. Эзау (1973) еңбектерінде жалғасын тапты [90-92]. Аталмыш зерттеу жұмыстарында тілдегі

өзгерістер мен құрылымдық трансформациялар экономикалық үнем қағидаттары тұрғысынан сипатталды.

Тіл саясаты мен экономика мәселесін біртұтас әлеуметтік құбылыс ретінде қараған Ж. Фишман (1991), Б. Сполски (2004), С. Ромейн (2015), С. Сонтаг (2015), А. Зенц (2015), Б. Хейс (2013), С. Мэй (2012) т.б. сынды ғалымдар тілдік құқық, тілдік әділеттілік, тілдік ресурстарды үйлестіру мен тілдік жоспарлау саясатының экономикалық тиімділігін талдап, тіл мен экономика интеграциясының саяси-әлеуметтік астарын аша түсті [93-99]. Аталмыш ғалымдардың еңбектері тілдік әртүрліліктің (языковое разнообразие) құндылығын бағалуға, мемлекеттік тіл саясатының экономикалық салдарын модельдеуге арналды. Тіл мен экономика арасындағы нақты эконометриялық байланыстарды, тілдің еңбек нарығына, кіріс деңгейіне, білім алу мүмкіндігіне әсері зерттелді. Бұл тақырыптарда М. Гаццола, Ф. Грин, Б. Викстром сынды ғалымдар елеулі үлес қосты. Олардың еңбектері тілдік капиталдың әлеуметтік-экономикалық рөлін нақты деректер мен сандық әдістер арқылы дәлелдеуге бағытталды.

Көршілес Ресей ғалымдары тарапынан да тіл мен экономика мәселесі жан-жақты зерттелді. Мәселен, Ш. Вебер, М.В. Лычагин, И. Рябова, Д. Давыдов (2017), Д. Кадочников (2016), Н.Ю. Одинг, А.О. Юшков, Л.И. Савулькин, А.Ю. Попов (2001), А.С. Акопян (2001), Е.Ф. Ковлакас (2003), В. Найшуль мен Г. Хазагеро夫 тіл мен экономикалық құрылым арасындағы қатынастарды, тілдік әртүрліліктің әлеуметтік-экономикалық салдарын, экономикалық дискурс ерекшеліктерін, нарықтық-экономикалық терминологияның семантикалық сипатын, тілдің құқықтық және экономикалық аспектілерін ғылыми негіздерін келтіріп, талдап берді [100-102]. Шетелдік зерттеулерде де осы бағыт кеңінен дамыды. Ж.Ж. Габшевич (Gabszewicz), В. Гинсбург (Ginsburgh) және С. Вебер (Weber) (2011) екітілділіктің коммуникациялық тиімділігіне экономикалық баға берді, М. Газзола (Gazzola) мен Б. Викстром (Wickström) (2016) көптілді қоғамдағы тіл саясатының экономикалық тиімділігіне арнайы талдау жасады. С. Вебер (2007) шет тілдерін үйренудің теориялық және практикалық артықшылықтарын В. Пулдың моделіне сүйене отырып сипаттап берді.

Аталған ғылыми-көпшілік еңбектерінің барлығы да тіл мен экономиканың бір-біріне өзара тәуелді, әрі ықпалдас жүйе екенін айғақтайды. Бүгінде тіл тек коммуникация құралы ғана емес, адамның, қоғамның экономикалық шешімдеріне, олардың еңбек нарығында бәсекеге қабілетті болуына, әлеуметтік ресурстарға қолжетімділігіне белгілі бір деңгейде әсер ете алатын маңызды фактор ретінде қаралады. Одан бөлек қазіргі кезде лингвоэкономикалық зерттеулердің заманауи бағыттары қалыптасып үлгерді. Тілдік капитал, тіл саясаты, көптілділік, еңбек нарығындағы тілдік құзыреттілік, туризм саласындағы тілдік қызмет көрсету – бұлардың барлығы да осы саланың өзекті зерттеу нысандары болып табылады. Ғалымдар тілдік капиталдың еңбек нарығындағы рөлі мен жұмысшы жалақысына әсерін зерттеп, тілдік дағдылардың айлыққа ықпалын, жұмысқа орналасуға мүмкіндіктерін, кәсіби тұрғыдан мобильділігін анықтады [103]. Зерттеу нәтижелері көптілділіктің

басым жағдайларда қызметкер жалақысының өсуіне ықпалы бар екендігі анықталды.

Тіл саясаты экономикасы мемлекеттік деңгейде тіл саясатының ұлттық экономикаға әсерін зерттейді, әсіресе көптілді білім беру жүйесін енгізу немесе тілдік кедергілерді азайту арқылы экономикалық өсуді қамтамасыз етудің жолдарын қарастырады [104]. Осы бағыттағы зерттеулер көптілділіктің шығындары мен пайдасын бағалауға, тілдік саясаттың экономикалық тиімділігін анықтауға бағытталады. Тіл және нарықтық қатынастар бойынша зерттеулерде халықаралық саудада қолданылатын тілдердің экономикалық құндылығы анықталады.

Тілдің сауда, маркетинг және тұтынушылық мінез-құлыққа әсері байқалады. Осы бағыттағы зерттеуді 2021 жылы Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институтының қабырғасында Әлеуметтік лингвистика бөлімінің қызметкерлері (А. Фазылжанова, А. Баймырза, А. Пиязбаева, А. Серікбаева, Қ. Дүйсен) жүзеге асырды. Зерттеуде тіл мен экономиканың, әсіресе бизнестегі қазақ тілінің рөлі жөнінде қоғам талқылауына түскен мәселелерді ғылыми тұрғыда қарастыру мақсатында әлеуметтік-тілтанымдық зерттеу жүргізілді. Зерттеу барысында қазақтілді шағын кәсіп иелерінен аудио және видео сұхбат алынды және қазақтілді тұтынушылар арасында жаппай онлайн сауалнама алынды. Сауалпарақ диссертациялық жұмыстың соңында А қосымшасында берілді.

Сұхбаттың мақсаты – қазақтілді кәсіпкерлердің кәсібінің көтерілуіне, экономикалық кеңістікте қандай да бір жетістікке жетуіне ұлттық тілде жүргізген коммуникация қаншалықты тиімді болғанын білу үшін және олар өз кәсібінде қандай тілдік қиындықтарға ұшырасатынын анықтау болды. Сұхбатқа өз кәсібін ұлттық тілде өрбітіп, табысқа кенелген 15 шағын кәсіп иесі қатысты. Сұхбат барысында «Қазақ тілінің бизнесіңізді болашақта дамыту әлеуеті бар ма?» деген сұраққа кәсіпкерлердің барлығы да 100% «бар» деп жауап берді. Сонымен қатар кәсіпкерлер халыққа жақын болуды, қазақ тіліне сұраныстың артқанын, түсінісудің жеңілдегенін қазақ тілінде бизнес жүргізудің басты артықшылығы деп атады (3-суретті қараңыз).

Қазақ тілінде бизнес жүргізудің артықшылықтары



халыққа жақын болу



түсінісуге жеңіл



сұраныстың артуы

Сурет 3 – Кәсіпкерлердің ойынша қазақ тілінде бизнес жүргізудің артықшылықтары

Сонымен қатар қазақтілді тұтынушының бейнесін анықтау және қазақтілді тұтынушының түрлі тілдердегі бренд атауларын қабылдау ерекшеліктерін анықтау мақсатында «Қазақтілді тұтынушы портреті» атты онлайн сауалнама жүргізілді. Сауалпарақ ұжыммен құрастырылды, онлайн сауалнаманы әзірлеуді басқарған аға ғылыми қызметкер – Қ. Дүйсен. Сауалпарақ Ә қосымшасында берілді.

Сауалнамаға 18-65 жас аралығындағы түрлі әлеуметтік топ өкілдерінен 5233 респондент қатысты. Респонденттердің 85%-ын әйелдер қауымы, 15%-ын ер адамдар құрады. Қатысушылардың абсолют көпшілігі ұлтын «қазақ» деп белгіледі. (4-суретті қараңыз).



Сурет 4 – Демографиялық бөлік. Жалпы ақпарат

Олардың 7%-ы 18-19 жас аралығында болса, 23%-ы – 20-29 жас, 26%-ы – 30-39 жас, 25%-ы – 40-49 жас, 17%-ы – 50-59 жас, 2%-ы – 60+ жас аралығында болды (5-суретті қараңыз).



Сурет 5 – Демографиялық бөлік. Респонденттердің жасы туралы ақпарат

Зерттеуде ойдан шығарылған сүт маркаларын таңдау барысында полярлану тренді байқалды. Мәселен, «От фермера» маркасын 50-60+ жас аралығындағы респонденттер таңдаса, «Best –Vita Milk» маркасын 18-23 жас аралығындағы респонденттер таңдады, яғни жасы кіші топта ағылшын тіліндегі брендтерге бетбұрыс байқалды. Ал орта жастағы респонденттер қазақ тілінде берілген бренд атауларына сеніммен қарайтыны белгілі болды (6-суретті қараңыз).



Сурет 6 – Сүт маркасын таңдау көрсеткіші

Бұл тренд дүкен атауларына да қатысты көрініс берді [105].

Зерттеудің қорытындысы бойынша негізгі түйіндер:

- қазақтілді тұтынушылардың басым көпшілігі (90%) тауар мен қызметтерді мемлекеттік тілде сатып алуды қалайды;
- қазақтілді тұтынушылардың жартысына жуығы (42%) қазақ тілінде қызмет көрсетпеген жағдайды қалыпты құбылыс деп санайды;
- қазақтілді тұтынушылардың бестен бірі ғана (20%) қазақ тілінде ақпарат алу құқығы бұзылған жағдайда шағымданып, құқықтарының бұзылғанын хабарлайтыны анықталды [106].

Бұл көрсеткіштер ҚР аумағында жұмыс істейтін шағын және орта бизнес өкілдері қызмет көрсету тілі бойынша нормалар мен нормативтік құжаттардан бейхабар екендігінің көрінісі. Сауалнамаға қатысқан респонденттердің 90%-дан астамы мемлекеттік тілде сауда жасап, қызметтер алғысы келетінін білдірген. Алайда нақты коммуникацияға келгенде респонденттердің 58%-ы ғана ақпаратты қазақ тілінде беруді талап ететіні, 16%-ы қызмет қазақ тілінде көрсетілмеген жағдайда шағымданатындығы, 8%-ы құқықтары бұзылған жағдайда әлеуметтік желілерге жариялайтындығы анықталды.

Алынған қорытынды нәтижелер сауда-экономикалық қатынаста қазақ тілінің мемлекеттік тіл ретінде, әрі Қазақстан Республикасы аумағында қоғамдық

қатынастардың барлық саласында қолданылатын тіл ретіндегі рөлін арнайы регламенттеу қажеттілігінің артып келе жатқанын көрсетті. Сонымен қатар қазақ тілінің қолданылуы бұзылған жағдайда ықпал ету тетіктерін жетілдіру қажет екені айқын көрінді.

Тіл мен экономикалық зерттеулердің заманауи әдістері туралы. Тіл мен экономиканың өзара құрмаласуын зерттеуде әртүрлі ғылыми әдістер қолданылады. Атап айтқанда,

- сандық талдау әдістері арқылы тілдік білім мен еңбек табысы арасындағы корреляциялар анықталады;

- экономикалық модельдер арқылы тілдік капиталдың еңбек нарығына ықпалын сандық көрсеткіштермен өлшеуге болады;

- сапалық зерттеу әдістері арқылы фокус-топтар мен терең сұхбаттар көмегімен тілдік кедергілер мен көптілділіктің әлеуметтік-экономикалық салдары талданады;

- салыстырмалы талдау арқылы әртүрлі елдердегі тіл саясаты мен экономикалық даму үлгілері салыстырылады, нәтижесінде олардың әрқайсысына тән ерекшеліктер мен жалпы заңдылықтар анықталады;

- эксперименттік әдістер арқылы нақты жағдайларда тілдік факторлардың тұтынушылық мінез-құлыққа әсері зерттеледі;

- кейстік талдау арқылы белгілі бір сала немесе аймақ аясында тіл мен экономикалық түрткіжайттар арасындағы байланыс жан-жақты қаралады;

- лингвостатистикалық әдістер арқылы әр кезеңдегі этномәдени қауымдастық экономикалық санасы тілдік репрезентанттарын квантитативті, квалитативті талдау;

- экономикалық сана репрезентанттары ретіндегі энциклопедиялық және лексикографиялық еңбектерде тіркелген тілдік бірліктерді жинақтап, семантикалық, мәдени-семантикалық талдау арқылы осы сана түрінің ұлттық, кезеңдік тағы басқа ерекшеліктерін көрсету.

Бір сөзбен айтқанда, экономика тілінің (лингвоэкономиканың) қазіргі әдіс-тәсілдері тілдің өзгеруін болжауға, тілдің сақталуына немесе жойылуына әсер ететін экономикамен байланысты түрткіжайттарды анықтауға көмектеседі. Өз кезегінде бұл тәсілдер тіл тұтынушылары, тілдік қауымдастықтардың тілді қолдануы мен эволюциясын зерттеу нысанына алатын әлеуметтік лингвистика және тіл тарихы салалары үшін өзекті.

Қорыта айтқанда, тіл мен экономикалық зерттеулердің заманауи әдістері алуан түрлі, осылардың ішінде біздің диссертациялық жұмыста сауалнама әдісі, эксперименттік әдіс, сандық талдау әдісі, салыстырмалы талдау әдісі, солардың ішінде негізінен соңғы көрсетілген лингвостатистикалық және экономикалық сана репрезентанттарына семантикалық және мәдени-семантикалық талдау әдісі қолданылды.

1.3 Лингвистикадағы тілдік репрезентация ұғымы

Қазіргі жаһандану заманында қоғамда болып жатқан қарқынды әлеуметтік-экономикалық, мәдени өзгерістер ұлттық сананың, оның бір компоненті болып табылатын ұлттық экономикалық сананың трансформациялану үдерісін

барынша жылдамдатып отыр. Мұндай қарқынды жүріп жатқан үдерістер, әсіресе ұлттық және мәдени қауымдастықтар үшін өте өзекті, себебі олардың тарихи, тілдік және танымдық ерекшеліктері жаңа экономикалық құндылықтармен өзара әрекетке түсу барысында өзгеріске ұшырайды. Қазақ этномәдени қауымдастығы да осы үдерістен тыс қалған жоқ. Мәдени-тілдік код ретінде тіл – қазақ ұлтының танымын, құндылықтарын, ғасырлар бойы жинақталған тарихи тәжірибесін және ұлттық болмысын білдірудің негізгі тетігі. Осы тұрғыдан алғанда, тілдік репрезентация – ұлттық экономикалық сана трансформациясының айнасы.

Лингвистикада репрезентация ұғымы – тіл мен таным, тіл мен мәдениет арасындағы күрделі байланысты зерттеуге мүмкіндік беретін негізгі теориялық категориялардың бірі. Репрезентация тілдің тек коммуникативтік құрал ғана емес, сонымен бірге шындықты бейнелеуші жүйе екенін дәлелдейтін ұғым, яғни лингвистикалық репрезентацияны ғылыми тұрғыда зерттеу – тіл арқылы адам санасының, танымының, мәдени-әлеуметтік болмысының қалыптасу жолдарын тану болып табылады. Ғалымдар «репрезентация» (ағыл. Representation) ұғымына түрлі анықтама береді, десе де олардың көпшілігінің пікірі мынаған келіп саяды: «Репрезентация – адамның шындықты, ұғымдарды, құбылыстарды тіл арқылы бейнелеуі». Э.Д. Розентальдың лингвистикалық терминдер сөздігінде репрезентацияға «тілдік фактілерді неғұрлым дәл ашу» деген түсінік беріледі [107]. Батыстық лингвистикада репрезентация ұғымын ашуда айтарлықтай үлес қосқан ғалымдардың бірі – Стюарт Холл болды. Ол репрезентацияны мәдени мағына жасаудың негізгі тетігі деп атады [108]. Ғалымның пікірінше, мағына – бұл таңба мен түсінік арасындағы қатынас, ал тіл – осы мағынаны жеткізудің негізгі құралы. Сондай-ақ Джордж Лакофф пен Марк Джонсон когнитивтік лингвистикада репрезентацияны адам тәжірибесіне негізделген менталдық құрылымдар арқылы іске асады деп сипаттады [109]. Ал Теун ван Дейк болса, дискурстағы идеологиялық құрылымдар мен әлеуметтік сананың тіл арқылы қалай көрініс табатынын зерттеп, тілдік репрезентацияның билік пен саяси дискурстағы рөлін сипаттайды. Ол өзінің «Discourse and Power» деп аталатын еңбегінде репрезентацияны әлеуметтік мағына мен құрылымдардың көрінісі ретінде түсіндіреді. Ғалым тілдік репрезентацияға: «Тіл әлеуметтік сана мен идеологияны репрезентациялаудың негізгі құралы», - деген анықтама береді [110]. «Эпистемология» энциклопедиясында репрезентацияға анағұрлым кең анықтама берілген, онда: «Бұл – түпнұсқа мен бейненің, идеалды және материалдық объектілердің, олардың қасиеттері, қатынастары мен үдерістерінің делдалдық, «екіншілік» бейнеленуі» делінген [111]. Осы тұрғыдан қарағанда, тіл – репрезентацияның негізгі делдалы, алайда репрезентация тек тілдік құралдармен ғана шектелмейді: кез келген символ, белгі, сурет, тіпті дене қимылы да репрезентант ретінде қолданыла алады. Соған қарамастан, адам баласы үшін шындықты бейнелеудің ең әмбебап, әрі пәрменді құралы – табиғи тіл болып табылады.

Адам қоршаған ортадан алған ақпараттың басым бөлігін тіл арқылы қабылдайды. Бұл ақпарат когнитивтік құралдарда сақталып, жинақталып ұғымдарға айналады, кейін тілдік формалар арқылы вербалданады. Тиісінше,

тілдік репрезентация адамның әлемді концептуалдау, категориялау және тану тәсілдерінің бірі. Мәселен, белгілі бір ұғым санада қалыптасқаннан кейін ол вербалды деңгейде көрініс табады. Осындай репрезентация когнитивтік лингвистикада менталдық репрезентация деп аталады. Қазіргі лингвистикада репрезентацияның екі негізгі түрі: менталдық (когнитивтік) және тілдік репрезентация ажыратылады.

Менталдық репрезентация – бұл адам санасының әлем туралы білімдерінің бейнеленуі, яғни белгілі бір сөздің немесе ұғымның артында жатқан танымдық құрылым. Мұндай құрылымдарға концептер, фреймдер, сценарийлер, образдар, менталдық модельдер, прототиптер жатады. Ал тілдік репрезентация – бұл менталдық мазмұнның вербалды түрде берілуі. М.В. Коновалова мен Е.В. Вотинцева репрезентацияны тілдік сана мен когнитивтік тәжірибенің тоғысуы деп сипаттайды [112]. Сондай-ақ тілдік репрезентацияның дискурстық контексте жүзеге асуы эмоциялық, прагматикалық және әлеуметтік факторларға да байланысты. А.А. Грицанов репрезентацияны таңбаның конститутивтік функциясы ретінде түсіндіре келе, оның таңбаның табиғи ажырамас қасиеті екенін атап өтеді [113]. С.Ю. Пискорская репрезентацияға «Шынайы бар, ойлау мен тілде бейнеленген объект, алайда нақты өмірдегі қалпынан өзгеше» деген тұжырым жасайды [114]. Таным теориясында мұндай жекелеген шындықты қабылдауды «әлем бейнесі» деп атайды. Әрбір тілде мәдениет пен сыртқы факторлардың әсерінен өзіндік тілдік дүние бейнесі қалыптасады. Бұл бейне ғылыми танымнан айтарлықтай ерекшеленеді. М.В. Коновалова тілдік репрезентацияны менталды репрезентациядан «Тілдік репрезентация – дискурста вербалданған шындықтың тілдік таңбада бейнеленуі», -деп ажыратады [113, 88]. Е.В. Вотинцева да ұқсас анықтама береді: «Тілдік репрезентация – бұл адам байқаған, естіген немесе сезінген нәрсені тіл (сөйлеу) арқылы қайта өндіруі», -дейді [115]. Ғалым осы үдеріс негізінде алынған ақпараттың уақыт, жад ерекшеліктері, бастапқы қабылдау кезінде эмоционалдық күй және басқа да психологиялық, физиологиялық факторлардың әсерінен өзгеріске ұшырауы мүмкін екенін атап өтеді. Ғалымның пікіріне сүйенсек, тілдік репрезентация – менталдық репрезентацияның вербалды формасы болып шығады, дегенмен бұл тұжырыммен барлық ғалымдар келіспейді, себебі коммуникация вербалды емес жолдармен де берілуі мүмкін. Мимика, интонация, ым, дене қимылдары, тіпті үнсіздік те коммуникативтік жағдайдағы ақпарат жеткізуші құрал бола алады. Сонымен менталдық репрезентация – адамның санасындағы танымдық ұғымдардың бейнесі, ал тілдік репрезентация – сол ұғымдардың тілдік құралдармен берілуі болып шығады.

Ғылымда, әсіресе лингвистикада тілдік репрезентация ұғымы бүгінгі күнімізге дейін біршама зерттелді. Мәселен, отандық лингвистикада Ә. Болғанбаев, Ә. Қайдар, Р. Сыздық, Н. Уәли, Р. Шойбеков, Ж. Манкеева, Ғ. Қалиев, Е. Жанпейісов, Г. Смағұлова, Р.Ә. Авакова, Ә. Ахметов, Қ. Айдарбек, Г. Сағидолда, Э. Оразалиева, С. Сәтенова, Б. Нұрдәулетова, Г. Снасапова, М. Күштаева, С. Жапақов, Б. Ақбердиева, Б. Тілеубердиев, Ш. Ниятова, Ш. Елемесова, И. Айбарша, Г. Имашева, Ф. Қожахметова, А. Жылқыбаева,

А.Б. Әмірбекова, Г. Исаева, Э. Өтебаева, Б. Уызбаева, Б. Қасым, Қ. Аронов, А. Мухатаева, Ш. Елемесова, А. Ислам, К. Садирова тағы басқа ғалымдар тілдік репрезентацияны тіл мен мәдениет, тіл мен сана арасындағы байланыстың көрсеткіші ретінде жан-жақты қарастырды. Мысалы, Ж. Манкеева тілдік бірліктер арқылы ұлт дүниетанымын тануға болатынын айта отырып, тілдік репрезентацияның ұлттық концептілерді талдаудағы маңызын көрсетеді. А. Жұбанова мен Б. Қасым студент жастардың тілдік санасындағы *байлық, табыс, кедейлік* сияқты концепттердің репрезентациясын зерттейді. Олар бұл түсініктердің когнитивтік, эмоциялық, ассоциативтік өрістерін анықтайды.

Шетелдік ғылыми ортада американдық ғалымдар, когнитивтік лингвистика негізін қалаушылардың бірі – Джордж Лакофф тілдік репрезентация мен метафора теориясын дамытуда шешуші рөл атқарды. Ол өзінің тұжырымдарын «Women, Fire, and Dangerous Things» (1987) еңбегінде жариялады [116]. Марк Джонсон Дж. Лакоффпен бірге метафора және репрезентация теориясын дамытты. Роман Якобсон тілдің функциялары мен репрезентативтілігіне байланысты құрылымдық көзқарасты енгізді [117]. Нидерландалық ғалым Теун ван Дейк дискурс пен идеологияны тілдік репрезентация арқылы зерттеді, зерттеу нәтижесі «Discourse and Power» (2008) еңбегінде жарық көрді [111]. Лев Выгодский тілді ойлаудың репрезентативтік құралы ретінде қарастырды [11, 112]. В. Кукаренко көркем дискурстағы тілдік репрезентацияны [118], ал венгр ғалымы Елена Семино қаржы және экономика салаларындағы метафораларды, мәдениетаралық репрезентация мәселелерін зерттеді [119]. Оның еңбектерінде репрезентация – тек лингвистикалық құрылым ғана емес, мәдени мағына тудырушы механизм ретінде қарастырылады.

Тіл – адамзат өркениетінің негізгі құндылықтарының бірі, себебі тіл адам танымын қалыптастырып қана қоймай, оны бейнелейді, сақтайды, ұрпақтан ұрпаққа трансмиссиялайды. Әлемді тану, қабылдау, түсіну, ой елегінен өткізу әрекеттері тіл арқылы сыртқы формаға шығады. Осыған байланысты тілдік репрезентация ұғымы лингвистика, когнитивтік лингвистика, философия, лингвомәдениеттану салаларында маңызды категориялардың біріне айналып отыр. Тілдік репрезентация – бұл адамның когнитивтік құрлымының, мәдени тәжірибесінің, ойлау жүйесі мен әлеуметтік қатынасының тілдік формада көрініс табуы болып табылады. Ол ойдың, сезімнің, танымның тілдік таңбалар арқылы көрінуі ретінде қаралады.

Тілдік репрезентацияны әртүрлі ғылым салалары әрқилы зерттейді. Мәселен, когнитивтік лингвистикада концепт теориясына сүйене отырып тілдік бірліктерді адам санасындағы ұғымдармен құрмаластыра қарайды. Концептінің тілдік репрезентациясы сөздер, сөз тіркестері, метафоралар, дискурстық құрылымдар арқылы беріледі. Мысалы, қазақ тіліндегі *жүрек* концепті тек физиологиялық органды ғана емес, сонымен бірге батылдық, мейірім, адалдық сияқты мәдени мағыналарды да бейнелейді.

Бақ /дәулет ұғымы да дәстүрлі мәдениетте жеке адамның, әулеттің, қоғамның материалдық игілігі жөнінде түсініктер мен ұғымдар жүйесін қамтитын категория. *Бақ* пен *дәулет*, *бақ-дәреже*, *бақ-береке* туралы түсінік бір-

бірімен өзара байланысты айтылып, байлық ұғымымен астасып жатады. Алайда байлық ұғымының мазмұн ауқымы кең: байлық тек заттық игіліктердің (мал, дүние-мүлік, қазына т.б), молшылығын ғана емес, денсаулық, ақыл, білім, өнер т.б. тәрізді абстракты ұғымдар жүйесін қамтиды. Этномәдени ұжымның когнитивтік санасында бақ, дәулет, бақ-дәулет ұғымы құс кейпінде метафораланып, *бақ құсы, дәулет құсы* деген орнитониммен объективтеледі. Қазақ мақал-мәтелінде *бақ керек десе, батпаққа да қонады, бақ пұшықтың мұрнына да қонады; бақ / дәулет құсы Қыдырдың (Қызырдың) көзі кездейсоқ түскен адамға да қонады*, дейді [120]. Бұдан бақтың, дәулеттің (бақ-дәулеттің) адам таңдамайтынын, тіпті кез келген адамға қонатынын, үріксе, бастан ұшып кететін киелі нәрсе түрінде ұғынылғаны аңғарылады [47, 12].

Тілдік репрезентация түрлі деңгейде жүзеге асады. Лексикалық деңгейде негізгі репрезентанттар – сөздер болып табылады. Олар тек зат пен құбылыс атау үшін ғана емес, мәдени-когнитивтік мазмұнды да жеткізеді. Мысалы, қазақ тіліндегі *ақ-қара* сөздері түсті білдіруден бөлек, аксиологиялық мәнге де ие. *Ақ жол* – адалдықтың, *қара ниет* – жамандықтың белгісі. Фразеологиялық деңгейде этномәдени кодтар айқын сақталады. Мысалы, *ақ түйенің қарны жарылу* – қуанышты сәтті бейнелейді, *ит арқасы қиянда* – ұзақ қашықтықты білдіреді.

Тілдік репрезентация мәдени кодты түсінуде айрықша рөл атқарады, себебі ұлттық санадағы символдар тіл арқылы бекиді. Мысалы, *қымыз* қазақ мәдениетінде тек сусын ғана емес, қонақжайлық пен дәстүрдің, ұлттық бірегейліктің белгісі. Әрбір этностың мәдени жадында осындай репрезентанттар айрықша мәнге ие.

Дискурс теориясы тұрғысынан тілдік репрезентация әлеуметтік ақиқаттың тіл арқылы көрініс табуы болып табылады. Экономикалық дискурста *дағдарыс, өсім, инфляция* сияқты концепттер айрықша орынға ие. Олардың тілдік бейнесі қоғамдағы әлеуметтік көңіл-күйді білдіреді. Дискурс – санқырлы күрделі ұғым. Адамзат, ұлт, халық, қоғам тарихында (қоғамның түрлі саласында: медицина, саясат, дін, экономика және т.б.) болып жатқан құбылыстың барлығы да тілде көрінеді, сол себепті дискурста қатысты ғалыми пікір біржақты емес. Олай болатыны заңды, себебі дискурс өте күрделі құбылыс, дегенмен дискурсты зерттеген барлық ғалымның ортақ пікірі мынаған саяды: дискурс болу үшін дискурста адресаттың тудырған мәтіні реципиенттің қабылдау ерекшелігіне, адресаттың мәдениеттанымдық, прагматикалық діндеміне, коммуникация жүріп жатқан жағдаятқа, коммуникация өтіп жатқан орын ерекшелігіне, коммуникацияның құралдарына, коммуникацияның дистантты, контакты түріне т.б. лингвистикалық және экстралингвистикалық факторларға бағынышты туындаған ақиқат дүниедегі сөйлеу әрекетінің бір үзгі болып табылады [121].

Ғалымдар дискурстың *экономикалық, педагогикалық, саяси, діни, ғылыми* т.б. түрлерін ажыратады. XX ғасырдың соңында Ресей ғалымдары Е.О. Шибанова экономикалық публицистика мәтіндерін [122], К. Томашевская экономикалық дискурсты [123], Е.Г. Баянкина экономикалық мәтіннің жекелеген жанрларын [124], И.В. Мурудян экономикалық мәтінді әлеуметтік-мәдени құбылыс ретінде зерттеген болса [125], қазіргі таңда отандық

А.С. Баханова, Г.А. Досжанов, А.К. Мусагулова, Д.М. Акижанова, Н. Әубәкіров сынды ғалымдар экономикалық дискурсты, ағылшын бизнес лексемаларының түркі тіліндегі семантикасын, қазіргі қазақ тіліндегі бизнес терминдерінің даму үдерісін, бизнес дискурсты, қазақтың саудадағы тілдесімін зерттеу нысаны етіп алып отыр.

В.И. Карасик дискурсты дербес (тұлғаға бағдарланған) және институционалды (салалық) деп екіге бөледі [126]. Экономикалық дискурстың өзге дискурстан басты ерекшелігі оның коммуникациялық жағдаяттық негізінде жатыр. Ол әдетте экономикалық қатынастарды реттеу үшін немесе сол қатынас аясында пайда болады. Экономиканың түрлі саласына байланысты экономикалық дискурстың да бірнеше іштүрі ажыратылады: қаржы дискурсы, дискурс, салық дискурс, іскери дискурс (кәсіпкерлік қызмет пен сауда бухгалтерлік) [127]. Май Ликунь экономикалық дискурсты өз ішінде: өнеркәсіптік-экономикалық, сауда-экономикалық, қаржы-экономикалық, экономика-теориялық, статистика-экономикалық деп бірнеше кәсіби дискурсқа бөліп қарастырады [128], зерттеуде М. Ликуньнің анықтамасын негізге аламыз.

Қорыта келе, тілдік репрезентация – адамның когнитивтік, мәдени-әлеуметтік тәжірибесін бейнелейтін күрделі құбылыс. Ол арқылы адамзат танымы, мәдени кодтары, ұжымдық санасы сақталып ұрпақтан ұрпаққа трансмиссияланады. Тілдік репрезентацияны зерттеу қазіргі заманғы лингвистика, когнитивтік ғылымдар мен лингвомәдениеттану, этнолингвистика салалары үшін маңызды ғылыми бағыт болып қала береді.

1.4 Тілдік репрезентациясы негізінде экономикалық сананың кезеңдестірілуі

Қазақ ұлтының экономикалық санасы – қазақ этносына тән әлеуметтік-экономикалық болмысына, дәстүрлі тіршілік салтына, танымына мәдени құндылықтарына негізделіп қалыптасқан атау, ұғым, түсінік, категориялар кешені. Экономикалық сана – жеке тұлғаның, әлеуметтік топтың, қоғамның экономикалық құбылыстарға, өндіріс пен тұтынуға, материалдық игіліктерді иелену мен қолдануға байланысты көзқарастары мен қатынастарының жиынтығы ретінде көрініс табатын әлеуметтік-психологиялық феномен деп те танылады. Экономикалық сана адамның еңбекке, меншікке, байлық пен табысқа деген көзқарасын қалыптастырады, оның экономикалық мінез-құлқына да белгілі бір деңгейде әсер етеді [129].

Қазақ лексикографиясында экономикалық сана әр тарихи кезеңдерде өзіндік тілдік репрезентацияға ие болды. Мәселен, дәстүрлі-мәдени тарихи кезеңде экономикалық сана тарихи оқиғаларға, көшпенді салт-дәстүрге, мал шаруашылығына тәуелді дамыса, кеңестік кезеңде әлеуметтік теңдік пен мемлекеттік меншік идеологиясына байланысты трансформацияға ұшырады, салдарынан қазақ халқының ұлттық экономикалық санасында байлық пен жеке мүлікке деген көзқарас өзгерді. Мысалы, *бай* ұғымы жағымсыз коннотация үстесе, керісінше *еңбек адамы* бейнесі идеал ретінде ұсынылды. Тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңде бай ұғымының өрісі кеңейіп, оған *табыс, бизнес, инвестиция,*

қаржы, құрмет сынды мағыналар ассоциативті тұрғыдан үстеліп кетті. Оған қоса, *нарық, жекеменшік* сияқты терминдердің кеңінен қолданылуы қазіргі ұлттық экономикалық сананы жаңа мазмұнмен толықтырды. Осыған байланысты, қазақ энциклопедиялық және лексикографиялық еңбектерде тіркелген экономикалық реңкі бар тілдік атаулардың негізінде ұлттық экономикалық сананы шартты түрде негізгі үш тарихи кезеңге ажыратуымызға болады деп есептейміз.

1. *Дәстүрлі-мәдени тарихи кезеңдегі қазақ халқының дәстүрлі ұлттық экономикалық санасының тілдік репрезентациясы.* Сонымен біз бірінші кезеңді дәстүрлі-мәдени тарихи кезең деп атап отырмыз. Оның себебі: сол әр кезеңдегі тілдік репрезентанттардың мазмұнына, әртүрлілігіне және әр кезеңнің формациясының, экономикалық құрлысының этосы мен пафосының әртүрлі болуымен байланысты осылай анықталып отыр. Қоғамның этосы мен пафосы дегенді біз ф.ғ.д., профессор Нұргелді Уәлиге сүйеніп алып отырмыз [130]. Қазақ ұлтының дәстүрлі ұлттық экономикалық санасы тарихи тұрғыдан алғанда көшпенді және жартылай көшпенді шаруашылық жүйесімен, оның ішінде мал шаруашылығы, жер өңдеу, қолөнер, сауда-саттық сияқты басты экономикалық қызмет түрлерімен тығыз байланыста қалыптасты. Бұл қызмет түрлері сол кездегі ұлттық танымның, олардың еңбекке, әлеуметтік-мәдени құндылықтарға деген көзқарасын айқындаушы негізгі экстралингвистикалық факторлардың бірі болды. Мәселен, *еңбек* ұғымы ұлттық санада тек күнкөріс амалы ғана емес, әлеуметтік этика мен рухани тәрбиенің құралы ретінде репрезентацияланды. Бұл құбылыс тілде кең көрініс тапты. Халық даналығында жиі кездесетін *еңбек түбі – береке; еңбек етсең ерінбей, тояды қарның тіленбей; еңбек етсең – емерсің; еңбек ер атандырады; еңбегі бардың – өнбегі бар; еңбекпен тапқан нан тәтті; адамды адам еткен – еңбек, адамзат еткен – тіл* сынды мақалдар мен мәтелдер еңбектің экономикалық қана емес, моральдық-әлеуметтік мәні бар екенін аңғартады, жалқаулықтың зардабын білдіреді. Мұндай тұрақты тіркестер қазақ халқының дәстүрлі ұлттық экономикалық мәдениетіндегі еңбек идеологиясының жарқын көрінісі [131]. Отандық тілтанушы ғалым А.Фазылжанның пайымдауынша, «еңбек» концептісі қазақ этнотілдік ұжымында тек қана оң бағалы білімдер жүйесінен құрылғандығы анықталған. Ғалымның айтуынша, орыс тілінде «еңбек» концептісінің оң бағалауыштық белгілерімен қоса, теріс бағалауыштық жағын құрайтын тілдік бірліктер бар. Мысалы, *работа не волк, в лес не убежит; работа не черт, в воду не уйдет; дело не малина, в лето не опадет; что дело, дело не сокол – не улетит; дело не голуби, не разлетятся; дело не медведь, в лес не уйдет; на мир не наработаешься; всех дел не переделаешь; работа молчит, а плеча кряхтят; от работы (сохи) не будешь богат, а будешь горбат; от трудов праведных не нажить палат каменных; из топора не богатеют, а горбатеют; из-за хлеба на квас не наработаешь; заработали чирый да болячку да третий горб* т.б. Орыс этнотілдік ұжымы санасындағы еңбектің оң бағалауыштық белгілерімен қатар мұндай теріс бағалауыштық белгілерін көрсететін білімдердің болуы орыс ұлтының тарихи дамуында ұзақ ғасырлар бойы басынан «крепостниктік» құлдық кезеңді өткергенін айғақтаса керек. Әдетте, байқағанымыздай, еңбектің өзі емес, еңбек ету үдерісі осындай сипатқа ие болған. Қалай болғанымен де, қазақ тілінде еңбекке қатысты тек

оң қатынасты білдіретін бірліктер молынан, ал теріс қатынастағы бірліктер жоқ екенін: *еңбегі аздың өнбегі аз; ұстаның бізі сүйкімді, жақсының сөзі сүйкімді; ұстаның өрісі көрігінен төсіне дейін; алтын менен күмісті зергер үшін жаратқан; арқар менен құлжаны мерген үшін жаратқан; шебердің инесі де алтын, соққан күймесі де алтын; шеберді саусағы асырайды; қойшыны таяғы асырайды, қасқырды аяғы асырайды; атан түйе жүк астында қартайар; түйір нан – тамшы тер; азығымен жер мүсінді, еңбегімен ер мүсінді; қыста малыңды бақ, жазда шөбіңді шап; жылай-жылай арық қазсаң, күле-күле су ішерсің; әлің барда еңбек ет, еңкейгенде емерсің; егіншіні кетпеннің жүзі асырайды; бәйгеден ат келмейді, бап келеді; ердің атын еңбек шығарады; еңбек ерлікке жеткізер, ерлік елдікке жеткізер; бақыт кілті еңбекте; бір кісі қазған құдықтан мың кісі су ішеді; отырған жерден отын кескен; сүйіп істеген іс шарияттайды; еңбек - ширатады, өмір– сүйретеді; еңкейгеннің еңсесін еңбек көтереді; қолыма жұмыс бергенің – жаным тыныс бергенің; ащы еңбектен тәтті нан; жан қиналмай жұмыс бітпес, талап қылмай мұратқа жетпес; ерте тұрған еркектің ырысы артық, ерте тұрған әйелдің бір ісі артық; арамнан алған түйеден, адалдан алған ешкі артық; істегенің еліңе жақсы, үйренгенің өзіңе жақсы; жігіттің түсін айтпа, ісін айт; қолы қимылдағанның аузы қимылдар; ынта болса адамда, қиын іс жоқ галамда* деген сияқты мысалдардан айқын байқауға болады [132].

Адам өмірінде, қоғам тіршілігінде еңбектің айрықша мәні мен маңызын айғақтайтын оң бағалы тілдік бірліктер «қазақ – жалқау халық» деген жаңсақ, әрі теріс стереотиптік пайымды жоққа шығарады. Мұндай жағымсыз бағалаудың пайда болуы тарихи тұрғыдан қазақ халқының ғасырлар бойы қалыптасқан дәстүрлі шаруашылық-экономикалық жүйесінің күштеп өзгертілуімен, сондай-ақ әкімшілік-аумақтық құрылымның бұзылуымен тығыз байланысты. Патшалық Ресей отарлау саясаты аясында көшпенді өмір салтына мүлде жат отырықшылық үлгісін күштеп енгізу, ру-тайпаларға ежелден тиесілі жайлау мен қыстауларды қайта бөлу арқылы қоғам ішінде қақтығыстар туындату жүзеге асырылды. Әкімшілік-аумақтық волость, губерния тәрізді жасанды құрылымдар енгізіліп, нәтижесінде бір рудың қыстауы екіншісінің аумағына өтіп кетіп, көршілес ірі рулар арасында ұзаққа созылған даулардың орын алуына жағдай жасалды. Сонымен қатар бұл саясат қазақ халқын құнарлы, шұрайлы жерлерден біртіндеп ығыстырудың тетігіне айналып, отаршылдық идеологияның жүйелі құралы ретінде патшалық кезеңнен бастап кеңестік дәуірге дейін үздіксіз жалғасты.

Қазақ халқының дүниетанымында еңбек – адам өмірінің, қоғам тіршілігінің негізгі тірегі ретінде бағаланған. Ата-бабаларымыз ешқашан адал емес жолмен табылған асты өзінің де, өзгенің де дастарқанынан татпаған. Нәпақаны Алла тағала молынан нәсіп етсе, оған шүкіршілік еткен, аз берсе – қанағат қылған. Қазақ қоғамында масылдық пен арамтамақтық айыпталып, өзгенің еңбегін жеу ең ауыр күнәлардың қатарына жатқызылған. Еңбектің түрлеріне келгенде халық санасында ешқандай жіктеу болмаған: *қол еңбегі де, ой еңбегі де* бірдей қадірленіп, әрқайсысы өзіндік ерекшелігімен бағаланған, өйткені халық өмір тәжірибесінен әр істің өзіне тән қиындығы мен рахаты бар екенін жақсы ұғынған. Мәселен, құдық қазу ісін: жер бедерін, жерасты суларының қозғалысын, топырақ қабаттарының құрылымын

тәжірибе арқылы меңгерген құдықшылар үшін бұл кәсіби дағдыға айналса, қазіргі ұрпақ үшін мұндай әрекет аса қиындық туғызар еді. Сол сияқты төрт түлікті өсіру, асыл тұқым алу, киіз үй сүйектерін жасау, зергерлік пен ұсталық өнерді дамыту, сәулет пен тоқымашылықты игеру, егіншілік пен бау-бақша шаруашылығын жүргізу, қала салу мен ирригациялық жүйе құру – барлығы да қазақ қоғамы үшін табиғи құбылыс болғанын тарих пен археология жаңа деректермен дәлелдеп келеді. Осыны айғақтайтын тілдік деректер де жеткілікті. Әрбір кәсіп иесінің өзіндік кәсіби лексикасы мен терминдік жүйесінің болуы – қазақ тілдік санасында жинақталған ғылымиға дейінгі білімдердің мол қорын айқын көрсетеді. Есепшілердің арнайы лексикасы, құдықшылардың кәсіби атаулары, зергерлердің, ұсталардың, киіз үй сүйегін жасаушылардың, бағбандардың, балықшылардың, сәулетшілердің, тоқымашылардың, саудагерлердің, малшылардың, халық емшілері мен сынықшылардың өзіндік сөздік қоры – бұлардың барлығы халықтың ғасырлар бойы жинаған тәжірибесінің, еңбекке негізделген өмір салтының тілдік көрінісі болып табылады.

Жалпы қазақ қоғамында экономикалық сана табиғатпен үйлесім, тұрақтылық, үнемшілдік ұғымдарымен жымдасып байланысқан. Қазақтардың дәстүрлі шаруашылық жүргізу тәжірибесі мен табиғи-географиялық жағдайлары, әсіресе көшпенді өмір салты қоғам мүшелерінің өмір сүру стратегиясын, экономикалық мінез-қалпын қалыптастырды. Сондықтан қазақ ұлтының ұлттық экономикалық санасында *мал* ұғымының алатын орны ерекше, себебі қазақтың дәстүрлі қоғамында нарықтық қатынастар мен сауда-саттықтың дамуына тікелей әсер еткен осы – қазақтың төрт түлігі. Қазақтың ежелден келе жатқан әлеуметтік-экономикалық тұрмысында *ақша, байлық, қаржы* ұғымдарының орнына *мал* сөзі жұмсалған, оған себеп: қазақ халқы үшін мал – тіршіліктің негізгі көзі, байлықтың өлшемі, дәстүрлі мәдениеттің өзегі. Мал қазақтың тағамдық, тұрмыстық және экономикалық қажеттіліктерін толықтай қамтамасыз етті. Қазақта малдың саны адамның байлығын, қоғамдағы беделін анықтаған. Ел арасында *мал – дәулеттің басы; малсыз адам – жарлы; ұлдының ұрты өседі, малдының сырты өседі; бұта түбі үй болар, малы көп кісі би болар; елдің көркі – мал, өзен көркі – тал; малды баға біл, бабын таба біл; мал өсірсең, қой өсір, өнімі оның көл-көсір; ағаш көркі ашылған гүлі, адам көркі малы мен пұлы* сияқты мақалдар мен мәтелдер, *малды бай, қойлы бай, мыңғырған мал, қоралы бай, өрісі толған мал* сынды тіркестер малдың маңызын айқындайды.

Қазақта салтанат пен байлықты бейнелейтін *ақтылы қой, алалы жылқы* метафоралық образы, дәстүрлі ұғымы қалыптасқан. Қазақ үшін төрт түліктің ішіндегі ең ардақ тұтары – *қой* мен *жылқы*. *Мыңғырған қой, үйір-үйір жылқы* – байлықтың да, бақ-дәулеттің де символы.

Ақтылы қой, алалы жылқы деген фразеологизм – осындай молшылықтың, мамыражай тоқ тіршіліктің метафоралық образы. Ақтылы қой сөз тіркесі мол байлыққа байланысты көп қолданылатын фразеологизм. Ол көбіне жеке адамның байлығын ғана емес, бүтін бір әулеттің дәулетін, яғни *мыңғырған қойлы ауыл* дегенді білдіреді. Қазақы ортада бай адамдар жылқы түлігін әдетте *құла, торы, жирен, боз* және т.б. деген сияқты түр-түсіне қарай жеке-жеке үйірге бөліп бағатын.

Алалы жылқы деген сөз тіркесі осы көріністі бейнелейді [133].

Байқағанымыздай, қазақта мал тек материалдық құндылық қана емес, сонымен қатар рухани-мәдени тұрғыдан да маңызды рөл атқарған, әлеуметтік-экономикалық мәні де зор болған. Мал – дәстүрлі қоғамда негізгі айырбас құралы қызметін атқарған, сол арқылы қазақ қоғамында әлеуметтік байланыстар күшейген. Мәселен, көрші, ағайын-туыс арасында *көмек қолын созу, қарыз беру* мал арқылы жүзеге асқан. Қазақтар түйе, жылқы, сиыр, қой-ешкі сияқты малдың әрқайсысына құрметпен қараған. Тілдегі төрт түлік малға берілген арнаулы атаулар (жылқының пірі – Қамбар ата, Шопан ата, Ойсыл қара т.б.) олардың ерекше маңызын көрсетеді. Дәстүрлі қазақ лексикографиясында бір ғана жылқы атауымен байланысты ұлттық экономикалық сананың тілдегі репрезентанттары көптеп кездеседі. Олардың бірнешеуіне қысқаша тоқтала кетсек,

Арда емген тай сою / жабағы сою – қазақы ортада сыйлы қонаққа деген айырықша құрметтің белгісі – малдың ерекше күтімдісінің атауы. Бұл атау қонақасыға арналған малдың жас ерекшелігін және ерекше күтімді күйінің атауы ғана емес, үй иесінің келген қонағының мәртебелі әлеуметтік статусына немесе ет жақын туыстығына байланысты риясыз құрметі мен ықыласын бейнелейтін символдық атау. Қазақы түсінік бойынша, арда емген ұғымы енесін екі жылдай қатар емген, *ақжілік, әрі семіз, сүйегі құлыннан үлкен болса да, еті таза* дегенді білдіреді, яғни арда емгеннің еті дастарқан мәзірінің сәнін келтіретін таза, әрі дәмді ас, демек тек ерекше мәртебелі қонақтарға ғана лайық сыбағалы ас. Оның үстіне арда емген тай сою / жабағы сою байлық пен салтанаттың өлшемі. *Жылқыға бай, шіріген* дәулеттілердің қолынан ғана келетін сый, әрі атақ-даңқтың көрсеткіші ретінде саналған [134]. Қазақтар еті ерекше құнарлы, әрі дәмді деп есептейтін арда емген тайдың немесе жабағының көбінесе, аса сыйлы қонаққа арнап сойылатындығы сондықтан. Қыста алыс жайылымға кеткен малдан екі жастан аспаған қысыр биелердің біразын алып қалып, ауыл маңына жайып, сыйлы қонақтарға сақтайтын болған [135]. Бұл жосынның дәстүрлі ортадағы басқа да үрдістер сияқты әр деңгейлі әлеуметтік қатынастардың қалыпты функциясын қамтамасыз етудегі өзіндік орны мен рөлі болды.

Азусыз ат, жиексіз тон – дәстүрлі әдет-ғұрып құқығындағы айыптың жеңілдетілген түрі. Айыптың бұл түрі кінәнің жеңіл түрі үшін беріледі. Мұндағы азусыз ат «қойды», ал жиексіз тон *кездеме* түріндегі мата дегенді білдіреді. Бұл айып түрін *жиексіз тон* кейде *астарсыз шапан* деп те атайды. Әлеуметтік жағынан төмен ғаріп жандардың намысына тиіп, тәлкек қылғаны үшін де аталған айып түрі [136].

Аманат мал – кедей туысқандарға көрсетілетін жәрдем түрі, өсімге (молайтып, көбейтіп өсіріп алуға) деп несиеге төл беру жорасы. Несиеге беруші мен оны алушы басқа куәгерлердің қатысуымен аманат малдың шарты туралы келіседі. Несиеге алған төл орнына келесі жылы екі жасар, үшінші жылы үш жасар мал қайтаруды мойнына алады. Несиені қайтармаған жағдайда зардап шегуші биге жүгінеді немесе жұмыс істеп, еңбекпенен қарызды қайтарады. Еңбекпен қарызды өтеуді қазақтар *сауын* деп атаған [137].

Атбайлар – шаңырақ көтерген отауға ағайын-туыс, жақындарының тарапынан малдай берілетін сый-көмектерінің атауы. Жас отауды босағасын аттағанда жақындары қолынан келгенше қаржылай немесе материалдық көмек көрсететін, қазақтар оны *немеурін* деп атаған [138]. Біреулер *шай қатықтық сүт болсын* деп сиыр берсе, біреулері *көлік болсын* деп жылқы атап, кейбіреулері қой-ешкісін беретін дәстүр [139]. Бұл қауым болып жаңа көтерілген жас отауға әлеуметтік қолдау көрсетудің түрі болып табылады. Бір сөзбен айтқанда, ғұрыптық атауды үйленген жас жұбайларға берілетін *босағаға ат байлансын, қораға мал толсын, қазан босамасын* деп келетін бата-тілектердің материалданған баламасы деп пайымдауға болады.

Ат бастатқан тоғыз – байырғы ортада қалыптасқан, *айып, құнның, қалың мал, бәйге*, жарыстардың жүлде-төлемдерінің мал санымен айқындалатын мөлшерлік өлшем бірлігі. Қазақ халқы негізінен көшпенді мал шаруашылығымен айналысқандықтан әуел баста өлшемдер мал санымен айқындалатын болған, алайда кейін тоғыз санының ішіне малмен қатар түрлі бағалы заттар да кіретін болды. Ат бастатқан тоғыздың құрамына *құлынды бие, тай, бұзаулы сиыр* мен *тайынша, қозылы қой* мен *тоқты*, небәрі тоғыз мал кіретін болған [140]. Жалпы ат бастатқан тоғыздың құрамы, құндылығы Қазақстанның әр өңірлерінің өзіне тән ерекшеліктері болғаны белгілі. Негізгі принцип – берілетін төлем, жүлденің саны тоғыз және оның басында түйе немесе жылқы болуы керек. Құндылық жағынан ат бастатқан тоғыздан түйе бастаған тоғыз жоғары тұрды. Ат бастатқан тоғызды жүйрік ат, жорға, бесті бастаса ол ерекше құнды болып саналған. Жалпы тоғыз беру арақатынастарды реттеуге қатысты іс-шараларға байланысты мәні зор ғұрыптық салт болған.

Ат басындай алтын – қазақ фольклорында кездесетін алтынның мөлшерін, үлкендігін айқындайтын теңеу. Қазақ ертегілерінде ат басындай алтын көл-көсір байлықты, аяқ астынан табылған олжаның қаншалықты үлкен екендігін білдіру үшін қолданылған метафоралық теңеу.

Ат-шапан айып / ат-тон айып – дәстүрлі әдет-ғұрып заңында жәбірленуші, жапа шегушіге айыпты деп танылған жақтан мал-мүлік (материалдық) түрде төленетін кең тараған айып түрлерінің бірі. Айып көбінесе біреудің ар-намысына тіл тигізу, қалыптасқан моральдық-этикалық және құқықтық нормаларды өрескел бұзғандығы үшін айыпкерден алынады. Біреуді орынсыз балағаттау, жеке басына немесе бүкіл ру-қауымның намысына тиетін сөз айту, ақсүйектерге қалыптасқан дағды бойынша сәлем беру нормасына қайшы әрекет жасау, дәстүрлі этикетті сақтамау сияқты жағдайларда айыптың жеңіл түріне салынған. Ат шапан айыпқа байланысты шешімді ақсақалдар кеңесі немесе билер соты белгілеген, алайда айыпталушының әлеуметтік жағдайы ескерілген. [141]. Ақсүйектер мен билердің және басқа да билік иелерінің жеке басына нұқсан келтірген жағдайда ат-шапан айып қалыпты нормадан анағұрлым жоғары белгіленген [142].

Атантұяқ жамбы – көлемі үлкен құйма күміс. Бұл аттұяқ аталатын жамбыдан үлкен болады. Зерттеушілердің айтуынша, ертеректегі белгілі бір пішінде құйылған күмістер сауда-саттыққа байланысты басқа елдерден, атап

айтқанда, Қытайдан ауысып келген. Әртүрлі көлемдегі жамбылар алыс-беріске, сауда-саттыққа, сый-сыяпат көрсетуге қолданылған.

Аттұяқ – жылқы тұяғы көлеміндей алтын, не күміс құймасы. Халық тілінде *аттұяқ алтын, аттұяқ жамбы* деп те қолданылған. Аттұяқты қалыпқа құйып дайындаған. Аттұяқтың көлемі мен пішініне байланысты *ат тұяғындай алтын* тәрізді бейнелі сөз тіркесі қалыптасқан [143].

Жоғарыда берілген мысалдардан қазақтың дәстүрлі мәдениетінде жылқы – ырзық пен берекенің өлшем бірлігі болып есептелгенін байқауға болады. Оның себебі: көшпенді тұрмыста жылқының рөлі ерекше. Ең алдымен ол – көлік құралы, халықтың негізгі тағамдық қоры (ет, қымыз), соғыс пен аңшылықта әскердің негізгі күші (атты әскер). Сондықтан жылқы саны халықтың қамсыз тіршілігінің, экономикалық қуатының көрсеткіші болған. Ел арасында тараған *бай – жылқылы, жарлы – қойлы* деген мақал осының айғағы болса керек.

Мал шаруашылығымен қатар қазақтың дәстүрлі мәдениетінде қолөнердің де маңызы өте зор болған, өйткені қолөнер тек тұрмыстық қажеттілікті өтеумен шектелмей, халықтың танымын, эстетикалық талғамын, әлеуметтік құрлымын айқындап тұрған мәдени-рухани құбылыс болды. Сонымен қатар қолөнер халықтың экономикалық өмірінің тірегіне айналды, ұлттық болмыстың айнасына айналды. Ол халықтың табиғатпен етене өмір сүруінің, еңбекқорлығы мен шығармашылығының, рухани дүниесінің көрінісі болды. Қазақ көшпенді өмір сүргендіктен, тұрмысқа қажетті барлық бұйымдарды өздері қолдан өндірген. Қолөнер кәсібі мал шаруашылығымен қатар халықтың экономикалық өмірін қамтамасыз еткен. Әрбір отбасы дербес шаруашылық жүргізгендіктен, ерлер мен әйелдердің қолөнерде өз міндеттері болған: ерлер – *ағаш шебері, темір ұстасы, зергер, ерші* болса, әйелдер – *киіз басқан, кілем тоқыған, киім, кесте тіккен*. Қолөнер кәсібі арқылы қоғамда еңбек бөлінісі, кәсіп иелерінің мәртебесі қалыптасқан. Осы ретте қазақ мәдениетінде *зергерлік өнер ұстасы* ерекше орынға ие болды, себебі олардың экономикалық рөлі маңызды болды. Зергерлік өнер тек сәндік-қолданбалы қолөнердің бір түрі ғана емес, сонымен бірге қоғамның экономикалық қатынастары мен әлеуметтік мәртебесін айқындайтын кәсіп түрі болып есептелді.

Зергер – алтын мен күмістен, асыл тастардан әшекей бұйымдар жасауға маманданған және тұрмыстық, әскери, шаруашылық құралдарын алтындап, күміспен күштеп сәнді етіп жасайтын *шебер, ұста*. Ертеде зергерлерді *алтыншы, алтын ұстасы, күмісші, күміс ұстасы, ақ ұста* деп атаған. Қазақ зергерлік өнері, оның ішінде материалдарды дайындау, өңдеу, зергерлікте қолданылатын әдіс-тәсілдер, зат-бұйым түрлері, зергерлік құралдар және т.б. туралы Э. Масанов, Ә. Марғұлан, С. Қасиманов, Ә. Тәжімұратов, Х. Арғынбаев, Р. Шойбеков, Д. Шоқпарұлы, Ш. Тохтабаева және т.б. сынды ғалымдар ғылыми еңбектерінде жан-жақты айтады. Бұрынғы уақытта шеберлерді *қара ұста, ақ ұста* деп екі топқа бөлген. *Ұста* деп темірден, әртүрлі металдан тұрмыстық бұйымдар мен шаруашылыққа қажетті *құрал-саймандар, қару-жарақ, арба-шана* және т.б. жасайтын адамды айтқан. Оларды *темірші, темір ұстасы* деп неғұрлым нақтылап та атаған. Тұрмыста темірді *қара темір* деп атай беретіні тәрізді *темір,*

мыс, жез т.б. металдарды өңдейтін, темірден түйін түйетін, қолы шебер адамдарды – *қара ұста*, ал қара ұстаның істейтін жұмыстарын түгел меңгерген, сонымен бірге, алтын, күміс сияқты қымбат бағалы металдар мен асыл тастардан көркем бұйымдар жасайтын шеберді *ақ ұста* деп атайды. Халық арасында тараған *қара темір қалар, жалатқан алтын көшер* мақалы осыған дәлел. Ақ ұстаның қолынан шыққан бұйымдарды сипаттағанда оларды ақ немесе көк деген сияқты анықтауышпен қосып айтады. Мысалы, *ақ семсер* (батырлар жырында кездесетін болат семсер), *ақ найза* (ұшы болаттан соғылған найза), *ақ алмас, көк алмас* (қазақ эпостарындағы болат семсер, қылыштар), *ақ күміс* (қоспасы жоқ таза күміс), *ақ жамбы* (таза күміс құймасы) сияқты заттар. *Зер, зергер* сөздері қазақ тіліне парсы-тәжік тілінен енген. Парсы тілінде зер – *алтын, алтын ақша* дегенді, ал зергер – алтын, күмістен сәндік бұйымдар жасаушы дегенді білдіреді [144].

Сәндік бұйымдардың ішінде зергерлердің көбірек жасайтыны – *сәукеле* әшекейлері мен *сырға, білезік, сақина, алқа, тұмарша, шолпы, шекелік, қапсырма, тана, белбеу, түйме, омыраубастырғыш* тәрізді әйел әшекейлері және еркектерге арналған *кісе, күмістелген ер-тоқым, кемер белбеу, шақша* тәрізді заттар. Зергер қолынан шыққан адалбақан, жағлан, төсекағаш, зерен, тегене тәрізді кез келген үйде кездесетін тұрмыстық бұйымдардың дені алтындалған немесе күмістелген шытыралармен, асыл тастармен, сүйекпен безендіріліп, өте көркем жасалған. Алтын, күміспен, асыл тастармен қару-жарақ беттері де әшекейленді. Қазақ зергерлерінің көбісі темір ұсталығына қоса *ағаш, тері, сүйек өңдеуді* де жетік меңгерген жан-жақты өнер иелері болды. Сондықтан олар құрал-саймандарының көпшілігін өздері жасап алды. Зергерлік бұйымдардан басқа алтындалған, күмістелген қару-жарақтар соқты.

Кейбір зергерлер киіз үйдің сүйегінен бастап, ішіндегі жиһаз, ыдыс-аяқтарына дейін өздері жасады. Ер қосудан бастап, аттың бүкіл төрт тұрманын бір өзі дайындайтын зергерлер аз болмаған. Сондықтан зергерлер бір бойына бірнеше өнердің басын біріктірген *сегіз қырлы, бір сырлы*, әмбебап өнер иелері болып саналды.

Зергерлер *ағаш, тері, сүйек* тәрізді материалдарды өздері де өңдеп дайындаумен бірге *алтын, күміс, асыл тас, темір* сияқты металдарды тапсырыс берушінің өзінен алып, соларды өңдеп жасайтын болды. Этнограф Х. Арғынбаевтың көрсеткеніндей, Ресейдің алтын, күміс ақшалары мен қытайдың *қойтұяқ, тайтұяқ жамбылары, поляк күмісі* қайта өңделіп, олардан сәндік бұйымдар жасалды. Қала маңында тұратын кейбір зергерлердің арасында өз күмісінен бұйымдар жасап, базарға шығарып сататындары да болды [145].

Қазақ зергерлері бұйымды тапсырыс берушінің үйінде жүріп, ауылы жақын болса, өз үйінде отырып істеді. Жұмыстың ақысы тапсырыс берушімен ауызша келісім бойынша көбінесе малдай (кей реттерде ақшалай) төленген. Мәселен, ел аузында *бір пышақ – бір қойға, бір кісе белбеу – бір атқа, бір сәукеленің 500 жылқыға* бағаланғаны туралы деректер кездеседі [146]. Майда-шүйде бұйымдар үшін азық-түлікпен, киім берумен де есептесіп отырған. Тапсырысты ойдағыдай жасаған зергерлерді арнайы қонақ етіп, сый-құрмет көрсетіп отырған.

Темір ұсталығы сияқты зергер болу да атадан балаға мұра болып, ұрпақтан-ұрпаққа ауысып отырды. Ұсталықпен ер кісілер ғана айналысқан болса, кейде әйелдер де, көбінесе зергердің әйелдері (қайтыс болған күйеуінің жолын қуар балалары болмаса) зергерлікпен айналысқаны туралы деректер ұшырасады [147]. Зергерлердің құрал-жабдықтарын орнататын, онда отырып жұмыс істейтін тұрақты немесе көшпелі *дүкендері* болды. Зергерлер жыл сайын өздерінің пірі санайтын Дәуіт пайғамбарға арнап мал сойып, *дүкен майлау* ғұрпын жасайды. Әрбір шебер өз өнерін ең алдымен өз балаларына, жақын туыстарына, олар болмаған жағдайда шәкірттікке бала алып үйреткен. Зергерлер халық түсінігінде ерекше қасиеті бар адамдар деп саналған. Сондықтан оларды құрметтеп, ренжітпеуге тырысқан, өйтпеген жағдайда бақытсыздыққа, ауру-сырқауға ұшырауы мүмкін деп санаған. Олардың құрал-саймандары да қасиетті саналды, сондықтан ант бергенде ертеректе *ұста-зергерлердің төсін кеудесіне ұру, төсті алақанымен басып, қолын ерніне тигізіп, маңдайын сипап тәу ету* салты болған. Шошынған балаларды дүкенге әкеліп, *көрікпен емдеу* тәсілін қолданған. Қазақ халқы ертеден келе жатқан наным-сенім бойынша, зергерлердің өзінен бастап оның жұмыс істейтін орны мен құрал-жабдықтарын, жасаған әшекей бұйымдары мен тұрмыстық заттары мен қару-жарақтарын қасиетті санағандығы о дүниелік болған зергер зиратының басына қойылған құлпытастардан да байқалады. Атап айтқанда, зергерге қойылған мұндай ескерткіштерде *төс, балға, қысқаиш, сымтартқыш, көрік* тәрізді аспаптар қашалып бейнеленген. Көне наным-сенім бойынша, құлпытастарда бейнеленген зергерлік құралдар шебердің бұл дүниеде айналысқан кәсібін білдірумен бірге, марқұмның о дүниеге тылсым күшпен ауысуын және онда да кәсібін жалғастыруын қамтамасыз етеді дескен.

Зергерлер ұста қауымының ішінде ең жоғары бағаланған топқа жатты. Олар сол кездегі экономикалық өмірдің белсенді қатысушылары, құнды айырбас заттарын жасаушылар, әлуметтік мәртебені айқындаушылар, дәулеттің, байлықтың символын қалыптастырушылар болды. Зергерлік бұйымдар – халықтың тұрмыс-тіршілігін ғана емес, оның экономикалық жүйесін, мәдени-әлеуметтік құрлымын бейнелейтін негізгі артефакттардың бірі, мұны растайтын тілдік фактілердің жеткілікті екенін жоғарыдағы мысалдардан-ақ көруге болады.

Дәстүрлі мәдени ортада экономикалық сана коммуникативтік қатынасты қамтамасыз ету функциясын да атқарды. Ел арасында мал айдап бара жатқан малшыға сәлемдескенде *айдар көбейсін*, яғни *мал басы көбейсін* деген мағынада этикеттік сөз орамын қолданған. Оған қоса *бағар көбейсін* мал басы көбейіп, өсе берсін, бағатын мал мол болсын деген мағынада малшыларға қарата тілек айтылған. Қазақы салт бойынша өрісте мал бағып жүрген малшымен кездескенде *бағар көбейсін* деп айту игі тілектен туған. Діқанмен амандасқанда *қырман тасысын!*, *Қыдыр дарысын!*, *желі тартар көбейсін!* дейтіні сияқты бұл да малшымен мандасу салтында орныққан тілекті сөз басы [148]. Осындағы *жеті тартар көбейсін* тіркесі бие байлағанда, құлынды желіге алғаш байлаған кезде келіп қалған адамның жылқы төлі көп болсын деген ниетпен айтатын бата-тілегі. Жалпы «көбейсін» деп айту шаруашылыққа, қолөнерге байланысты барлық түрлі іс-шаралар кезінде көп айтылды. Мәселен, мал сауып жатқанда үстінен

келгендер *сауар көбейсін*, қой қырқып жатқанда келгендер *қырқар көбейсін* деген сияқты тілектер ұлттық экономикалық сананы тікелей бейнелейтін тілдік репрезентанттар болып табылады.

Ертеде егіншілер арасында да қырман қызылданғанда диқанның жоқ-жітік, кедей-кембағал жандарға тегін үлестіретін сыбағасы *аққұла* деп аталатын бұлжымас дәстүр болған [149]. Күзде егін жинағанда қырман ластанып, шаңтозаң, шөп-шалаң, малдың қиы сияқты нәрселер басып кеткенде шеткері бір жерге *жеті күрек бидай*, кейде қырманның төрт бұрышына *төрт елек бидай* қойып қояды, оны аң да, құс та жеген, адамдар да алған. *Тарыны тоғыз қапшыққа салып*, шетке шығарып қояды. Қапшықтың тоғыз болуы тоғыз санын киелі деген ұғыммен байланысты. Бұл атау арабша *құдайдың несібесі, құдайдың сыбағасы* деген мағынаны білдіреді. *Аққұла* жетім-жесірлерге, қайыршыларға және дін жолындағы адамдарға үлестірілген. Алушы адам берген адамға *қырман қызыл болсын, Қыдыр дарысын, берекең таси берсін* деп бата беріп жол-жоралғы жасаған. Қазақтар бөлінген «құдайдың сыбағасын» астықты топтаған кезде малдан сіңген ластарды тазартады деп санаған. Мұндай егіншілік дәстүрден диқандардың тек өзінің ғана емес, жағдайы төмен кедей-кепшіктерге жылу, әлеуметтік көмек беруді өзіне парыз санағанын байқауымызға болады.

Сонымен қазақ ұлтының дәстүрлі ұлттық экономикалық санасы ғасырлар бойы қалыптасқан тұрмыс-салтына, шаруашылық жүргізу ерекшелігіне, табиғатпен үйлесіміне және әлеуметтік құндылықтарына негізделгендіктен диссертациялық жұмысымызда кеңестік кезеңге дейінгі дәуірді жалпылама дәстүрлі-мәдени тарихи кезең деп алып отырмыз. Бұл шартты түрде алынған кезең, ол тарихи кезеңдестірілумен мүлдем сәйкес келмейді. Дей тұрғанмен де кеңестік кезеңге дейінгі қазақтардың шаруашылық жүргізуі әрине, патшалық Ресейдің отарлау саясаты басталған кезеңде модификацияға ұшырады, бірақ өзінің дәстүрлі малшаруашылық ерекшеліктерін сақтаған болатын. Кеңестік кезеңде малшаруашылық формациядан индустриалдық қоғам фармациясына ауысу жүзеге асып, түбегейлі өзгерістер орын алды. Сондықтан кеңестік кезеңге дейінгі дәуірді шартты түрде дәстүрлі-мәдени тарихи кезең деп атадық. Енді тәуелсіздік кезенді кеңестік және дәстүрлі-мәдени тарихи кезеңнен бөліп алған себебіміз: Қазақстан экономикасы нарықтық қатынасқа көшті, сөйтіп қазақ тілінде сол қатынасты көрсететін репрезентанттар көбейді.

2. *Кеңес дәуіріндегі ұлттық экономикалық сананың тілдік репрезентациясы.* Кеңес дәуірінде қазақ ұлтының ұлттық экономикалық санасы жаңа идеологиялық және әлеуметтік-экономикалық талаптарға бейімделе дамыды. Социалистік қоғамның идеологиясымен еркінен тыс терең ықпалдасып, дәстүрлі экономикалық түсініктерден түбегейлі болмаса да, өзгеше сипат алды. Бұл кезеңде ұлттық экономикалық сана ұжымдық мүдделерге негізделіп, жоспарлы экономикалық қағидалар арқылы қалыптасты. *Ұжымдастыру, индустрияландыру, колхоздастыру* сияқты жаңа ұғымдар ұлттың санасына орнықты. Бұл кезеңде қазақ лексикографиясына жаңа терминдер мен атаулар, ұғымдар мен тіркестер пайда болды, сөздер көптеп енді. Мәселен, *коллективтендіру* терминіне «Қазақ тілінің түсіндірме» сөздігінде:

жеке шаруаларды өз еркімен коллективтік шаруашылыққа, колхозға біріктіру арқылы ауыл шаруашылығын социалистік жолмен өзгерту, жаңа коллективтік шаруашылық орнату деген анықтама беріледі [150]. *Колхоз* – орыс тіліндегі коллективное хозяйство деген сөз тіркесінен қысқартылып алынған сөз. Өз еріктерімен бірлескен шаруалардың коллективтік шаруашылығы. *Бес жылдық жоспар* – халық шаруашылығының бес жыл ішіндегі жоспары. *Еңбек күні* – еңбектің көлемі мен сапасын өлшеу көрсеткіші. Бұл терминдер сол кездегі ұлттық экономикалық сананың социалистік идеялармен үйлесімін көрсетеді. Жаңа лексикалық бірліктер халық арасында еңбек пен ұжымдық мүдде ұғымдарын күшейтті. Социалистік қоғамның жаңа экономикалық ұғымдары мен құндылықтары тілдің сөздік қорына бұрын болмаған жаңа терминдер мен сөз тіркестерін қалыптастырды. Осы кезеңдегі тілде орын алған өзгерістерді бірнеше бағыттарға бөліп қарастыруымызға әбден болады.

Біріншісі – социалистік идеология мен ұлттық экономикалық сана. Кеңес Одағының негізгі басым мақсаттарының бірі – социалистік қоғам құру болды. Бұл мақсатқа жету жолында экономикалық сананың рөлі ерекше болды. 1930 жылдардан бастап жүргізілген ұжымдастыру саясаты қазақ даласында қазақ халқының ұлттық экономикалық санасына елеулі өзгерістер әкелді. Жеке шаруашылықтар жойылды, олардың орнына ұжымдық шаруашылықтар – *колхоздар* мен *совхоздар* құрылды. Бұл үдеріс өз кезегінде: ұлттық санадан жекеменшік түсінігін жойып, қоғамдық меншік түсінігін орнатты. Қоғамдық игілікке бағытталған *экономикалық белсенділік*, *ұжымдық еңбек* пен *ортақ жауапкершілік* ұғымдары күшейді. Ұлттық экономикалық санада орын алған мұндай трансформация жеке мүддені кейінгі орынға шегеріп, ұжымдық мақсаттарға басымдық берді. Кеңес дәуірінде жекеменшік пен нарықтық қатынастардың болмауы тілге де әсер етті. Мысалы, *жеке кәсіпкер* немесе *жекеменшік* ұғымдарына балама сөздер мүлдем қолданылмады. Кеңестік кезеңде экономикалық санадағы көптеген концептілер стагнацияға ұшырады. Олардың мағынасы тарылып кетті, себебі кеңестік кезеңдегі экономикалық қатынастар бір орталықтан басқарылғандықтан бесжылдық жоспарлы негізде жүзеге асты. Қазақстан кеңестік республикалар одағы жүйесінде өзінің экономикалық переференцияларына, өзінде өндірілетін барлық экономикалық өнімдерге өзі иелік ете алмады. Сондықтан халықтың сауда-саттық, қаржы қарым-қатынасында жаңа ұғым, түсініктерді қалыптастырмады, тек кеңестік экономикалық қатынастың концептілерін ғана дайын күйінде қолданды, яғни осыған дейінгі дәстүрлі-мәдени кезеңде қалыптасқан көптеген ұлттық концептілер мүлдем халық санасынан өшіп қалды, ал қалғандарының өзі өте тар мағынада қолданылды. Айтылған сөзіміз құрғақ болмас үшін мысалы, осы кезеңде қазақ қоғамында *сауда*, *саудагер* ұғымдары да өзгерді. Кеңес дәуірінде сауда, саудагер және *алыпсатар* ұғымдары социалистік қоғамның экономикалық және идеологиялық талаптарына сай қайта қаралды. Сауда саласына қатысты жаңа ұғымдар еніп, дәстүрлі түсініктер жағымсыз реңк үстеді.

Сауда – ежелден экономикалық қатынаста тіл үйренудің қозғаушы факторы болған. Орта ғасырдың *көпестері* мен *саудагерлері* – нағыз полиглот болған,

өйткені алпауыт керуенді басқарып, бірнеше елде сауда-саттық жасайтын мұндай экономикалық белсенді тұлғалардың тіл үйренуге деген мотивациясы өте жоғары болды. Қазақстанның бүгінгі аумағы ежелден үлкен сауда кеңістігінде ерекше орын алды. Қазақ жерінен әлемдік сауда жолы – Ұлы Жібек жолының үлкен желісі өтті. Сол себепті қазақ даласында сыртқы және ішкі сауда ғана емес, сонымен қатар оған қызмет көрсету мен көлік логистикасына арналған дәстүрлі жүйе де жақсы дамыды [151].

Қазақ даласындағы *ішкі сауда* екі түрлі әдіспен жүзеге асырылды: *айырбас сауда* және *тауар-ақшалық сауда*. Айырбас саудамен *алыпсатарлар* айналысты. Олар шалғайдағы ауылдарды аралап қазақтарға түрлі *арзанқол тауарларды* малға айырбастады. *Далалық айырбас* сауданың кең қанат жаюы қалалық тұрақты сауда орындарының дамуына әсер етті. Ішкі сауда-саттық қомақты көлеміне қарамастан жолдардың нашар болуы салдарынан саудагерлер тауарды негізінен дәстүрлі екі әдіс: *арбамен* және *малға арту* арқылы тасымалдады.

Қазақстан мен Орта Азия халықтары территорияның жақындығымен ғана байланысып қоймай, этномәдени және экономикалық қатынастарда тығыз байланысты болды. Сауда байланыстары әскери-қорғаныс бекеттері арқылы жүзеге асырылып, олар кейін ірі сауда орталықтарына айналды. XIX ғасырда Қазақстанның стратегиялық жағдайы Ресей мен Қытай арасында *керуен, сауда-саттықтың* дамуына қолайлы жағдай жасады. Ресей қазақтар арқылы дайын өндіріс өнімдерін *Шынжаң жәрмеңкесіне* шығарып отырды. Қазақстан арқылы бұрын-соңды болмаған Тибет және Кашмир жеріне жол ашты. 1891 жылы 1 қаңтардан 1 мамырға дейін Шынжаңға 29 керуен жөнелтілді. Олардың біраз бөлігі қазақ саудагерлеріне тиесілі болды. Мысалы, Боғыш Шаянбаев өзінің 4 жұмыскерімен құны 6400 сом болатын тауарды, Көкпекті саудагері Т. Жандыбаев 2666 сом болатын мата және тері өнімдерін, Семей саудагері М. Шакиров 1150 сом болатын түрлі ұсақ заттар апарды. 1894 ж. Сібір темір жолының іске қосылуы Қазақстан мен Қытай арасындағы сауданың ойдағыдай дамуына септігін тигізді. Сібір темір жолының іске қосылуы көрші мемлекеттермен, әсіресе Қазақстанның оңтүстік-шығысымен шектесіп тұрған Цин империясының батысымен сауданы дамытуда жасалған маңызды қадам болды. Қытай саудагерлері Қазақстанның қалаларын еркін аралап, жергілікті тұрғындармен байланыс орнатты, жәрмеңкелер мен қалаларды аралап жүріп жергілікті базардың жағдаятын зерттеп, тұрақты дүкендер ашты. Омбы, Петропавловск, Семей, Көкшетау, Верный және т.б. қалаларына Қытай саудагерлері шоғырланды. Ресей, Орта Азия және Қазақстанның шекаралық аудандарынан Қытайға шыққан керуендер тек тауар айналымының дамуына септігін тигізіп қана қоймай, жергілікті халықтың дәстүрлері мен әдет-ғұрыптың өзара ықпалдасуына әкелді [152].

Ал саудагерлер болса, қазақ қоғамында мықты *экономикалық драйвер*, күш болған [153]. Көшпелі ортада саудагер деп сауда-саттықты кәсіп еткен әлеуметтік топтың өкілін айтады. Жоғары білікті сауда қызметкері, сауда маманы [154]. Халықаралық саудамен айналысқан, Ресей, Қытай сияқты көрші елдерге тауар жеткізген, одан кейін сол елдер арқылы Еуропадағы ауыл

шаруашылығы тауарларының үлкен партиясына, әсіресе мал шаруашылығы мен аң шаруашылығына шыққан. Саудагер тек қана *сауда нарығында* ғана емес, *бизнестік ойдың қозғаушы күші* болған, халықаралық қатынастар саласындағы біліммен, дипломатиялық қабілетімен, бизнестік байланысымен, тілдік күзiреттілігімен ерекшеленген [154, 260]. Олардың табысты жұмысы тек қана экономика мен халықтың қаржылық саясатына ғана емес, сонымен бірге көрші мемлекеттердің бейбіт өмір сүруіне де белгілі дәрежеде септігін тигізген.

Ресей құрамына енгеннен кейін қазақ даласында білікті саудагерлер емес, *алыпсатарлар* көбейіп кеткен. Мұндай *арзанқол саудагерлер* көп жағдайда тауардың бағасын асырып, ақша жоқ болса айырбас негізінде малмен алып немесе өсімімен несиеге беріп, елді кіріптар етіп отырған.

Қазақ жерінде ХІХ ғ.-дың 30-70-ші жылдары етек жайған алыпсатарлықтың мәні және саудагерлердің рөлі жайында «Киргизская степная» газетінде жарияланған О. Әлжановтың «Қазақтардың кедейлену себептері» атты мақаласында: «Қазақтар орысқа бодандыққа өте бастаған кездері, қырда түрлі қылмыс жасаған қашқындар, алаяқтар мен жеңіл олжа іздеуші келімсектер көбейіп кетті. Олар өздерін сеидпіз (Мұхамед пайғамбардың ұрпақтары), қожамыз деп елге шарифат үйретіп, молдалық құрды. Бірақ та олардың сөздері мен істерінің арасында үлкен алшақтық болды. Олардың барлығы дерлік алыпсатарлықпен айналысатын болды. Сарттар мен татарлардан шыққан осындай саудагерлер көбейген сайын қазақтар кедейлене берді. Ашкөздігімен жеңіл табысқа бола ар-ұяттан безуі ел арасында олардың беделін төмендетіп жіберді. Төмен сапалы, арзан бағалы мануфактураны қырға шығарып адам айтқысыз қымбат бағамен сатып пайда тапты. Ол кездері қазақтар осы күнге қарағанда әлдеқайда бай тұратын және көп жағдайда қолындағы малының бағасын біле бермейтін. Саудагерлер болса осыны пайдаланып жәрмеңкелерге қазақтың мыңдаған малын әкеліп орасан зор пайда табатын. Аңғал қазақтарды *есебінен жаңылдыру, таразыдан алдау* саудагерлердің үйреншікті ісі болды. Кезінде мұндай алаяқтықпен осы күнгі есімдері елге аян саудагерлердің барлығы дерлік айналысқаны белгілі. Қазақтар – *адал несие алушылар*. Бұл жағынан әділдігін айту керек. Қарызынан бас тарту немесе мойындамау өте сирек кездеседі. Қазақтар несиеcін шамасы келгенше төлеп жетпегенін келесі жылға қалдыруды өтіне сұрайтын. Пысықай – кулақтар оған келісіп, бірақ ол үшін өте үлкен *пайыз* салатын. Егерде бір қазақ саудагерге 10 қой қарыз болса және төлеуге шамасы келмесе, келесі жылы 10 қойды қозысымен төлеуге міндеттелетін, одан қалса екінші жылы 20 қой және 10 қозы, үшінші жылы 30 қой 20 қозы, осылайша бесінші жылы қарызы 80 қой 50 қозы болып өсетін» – деген мәлімет келтіреді [155].

Осындай әділетсіз сауда ел арасында *«саудагер есептен жаңылыстыратын алдамшы, қу»* деген теріс көзқарастың қалыптасуына себеп болды. Осыған байланысты ел арасында саудагерге деген көзқарасты айғақтайтын *сарт сақалын сатады, саудагер ажарын сатады, сұраншақ назарын сатады; сауда сақал сипағанша; саудагерде теңге жоқ болса, суда балық та жоқ* сияқты мақал-мәтелдер тараған.

XIX ғасырдың соңғы жылдары тұрақты сауда мекемелері мен дүкендердің көбеюімен байланысты қырға тауар жеткізу едәуір жеңілдеп, *ақшалай сауда* қалыптаса бастады. XIX ғасырдың соңында саудагер ұғымы көтерме саудамен айналысатын, үлкен сауда үйлері бар қазақтан шыққан саудагерге қатысты қолданыла бастады [156]. Қазақстаннан шыққан саудагерлер тек ішкі сауда ғана емес, *халықаралық саудаға* да белсене араласа бастады. Бұл үрдіс әсіресе Шығыс өңірлерде Қытаймен, Моңғолиямен арадағы *керуен саудаға* байланысты кең орын алды [157]. *Ірі саудагерлер көпестік гильдияларға* кіріп, *гильдиялық дәрежесіне* қарай қазынаға *салық* төлеп отырды. XX ғ.-дың басында ірі қазақ саудагерлері тек саудамен ғана айналыспай, *өндірістік кәсіпорындар* ұйымдастыра бастады. Ол туралы С. Мұқанов «Аққан жұлдыз» романында: «...Солайша байыған Малтабар, біраздан кейін ірі саудагерге айналып, шығыста Алматы, Қапал жағынан мыңдаған қазақы арзан қойларды Қызылжарға әкетеді де, онда *завод* ашып, жаз қойдың майларын шыжғыртып, етінен *консерва* жасатып, ішкі Россияға жүздеген *ылаумен* жөнелтеді, қыс айларында, сол қойлардың жаздай *мұздаққа қатырған терілерін илетіп*, жәрмеңкеге *ылау-ылау тондар* жөнелтеді. Сонымен ол аз жылда Қызылжар түгіл Сібірдегі атақты миллионерлердің біреуі болады» – деп, жазады [158].

Қазақтардың сауда-саттықпен белсене айналыса бастауы, елдің *тауар-ақша қатынасының* дамуына және экономикасының өркендеуіне мүмкіндік туғызды. Олар ендігі кезекте *тері, жүн өңдеу, диірмен салып ұн тарту* және *тұз өндірісі* кәсіпорындарын көптеп аша бастады. Осы кезден бастап саудагерлер қазақ қоғамында өзіндік орны бар, прогрессивтік, жаңашыл әлеуметтік *тон* ретінде көріне бастады. Олар *жаңаша медреселер* ашып, шетте оқып жүрген жастарға қаржылай көмек көрсетіп қазақ қоғамының әлеуметтік дамуына өз үлестерін қосты. Бұл үрдіс Қазан төңкерісінен кейін жекеменшік өндірістердің, жеке кәсіпкерліктің жойылуына байланысты тоқтап қалды. Кеңес өкіметі кезінде *советтік сауда* ұйымдарында істейтіндер советтік сауда қызметкерлері *дүкенші* деп аталып кетті. Ал қазіргі қазақ қоғамында, оның ауызекі тілінде саудагер деп базарда отырып ұсақ саудамен айналысатын адамдарды атау қалыптасып кетті.

Қазақтың дәстүрлі мәдениетінде *дүкен* – байырғы кездегі темірші ұсталардың жұмыс істейтін және құрал-жабдықтарын сақтайтын үйі, *ұстаханасы* болған. Ондай үйді кей жерлерде, көбінесе ұстаның қасиетті саналған *көрігі* тұратындығына байланысты *көрік үй* деп те атаған. Дүкен ретінде *киіз үйді* пайдаланса да, ұста жұмыс істеуге қажетті құрал-жабдықтарын түгел соның ішіне орнатады. Дүкенге келіп жұмыс бастар алдында ұста дәрет алып, Дәуіт пайғамбарға сыйынып ісін бастаған [159]. Қазақтар дүкендегі *көріктің бозын* (қалдығын) сұрап алып, суға салып жуынса, шошыну мен денеге шыққан бөрткенге шипа болады деп санаған. Босанарда ауырып, *шалық тиген* әйелдерді ұста дүкеніне әкеліп түнеткен, *төске тәу* еткізген. Дүкен – түркі тілдеріне араб тілінен енген сөз. Арабша «дүккән» дүңгіршек және ұстахана деген мағыналарды білдіреді. Екінші мағынасында дүкен – ағаш бөренелерді өзара қиыстыру арқылы бес қабырғалы (қырлы) етіліп салынған үй түрі. Бұл пошымнан киіз үйдің көне нұсқасы – *шошала* шеңберінің түзу қабырғалы қаңқаға ауысқанын

байқауға болады. Этнограф ғалым Ө.Жәнібеков дүкен туралы: «Төбесінің құламасы бес қырлы болғандықтан, дем шығатын ойығы қақпақпен жабылып, тіреуішпен ашылатын бес бұрыш кейпінде болғанға ұқсайды» деп жазады [160].

Кеңес Одағы сауданы социалистік қоғамның қажеттіліктерін қамтамасыз ететін механизм ретінде ұйымдастырды. Бұл өз кезегінде сауданың мемлекеттік дүкендер арқылы жүргізілуіне әкелді. Дефицит туындаған жағдайда халыққа қажетті тауарларға қолжетімділікті шектеді. Сауда орындары социалистік жоспарды жүзеге асырудың құралына айналды. Саудагерлердің орнын *сатушылар* (мемлекеттік қызметкерлер) басты. Олар тек тауарды тарату, үйлестіру қызметін атқарды. Осы тұста саудаға қатысты ұғымдарға жаңа мән үстелді. Саудагер түсінігі жағымсыз мағынаға ие болып, *қанаушы*, *пайдакүнем* ұғымдарымен теңестірілді. *Алыпсатар* да жағымсыз реңктегі сөз ретінде қолданылды [161]. *Мемлекеттік сауда, кооперативтік дүкен* сияқты терминдер тілге сінді. Кеңес дәуірінде сауда мен саудагер бейнесі де мәдени тұрғыдан өзгерді: әдебиетте, кинода саудагерлер жиі жағымсыз кейіпкер ретінде сомдалды. Халықтың антипатиясын туғызды. Ал сауда-саттықпен айналысқан *еңбекшілер* керісінше, мемлекеттік сауда арқылы *қоғамға қызмет етуші* ретінде дәріптелді.

Кесте 1 – Саудагер лексемасының лексикографиялық еңбектерде берілуі

Дәстүрлі-мәдени тарихи кезең	Кеңестік кезең	Тәуелсіздік кезеңі
1	2	3
«Қазақ этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі» Энциклопедия. – Алматы, 2017. – 5 Т. П-Я. – 128-129 бб	Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. – Алматы: Ғылым, 1985. – 8 Т. – 2011 б.	Он бес томдық Қазақ әдеби тілінің сөздігі. – Алматы, 2011. – 13 Т. С-Т. – 18-19 бб.
Саудагер сауда-саттықты кәсіп еткен әлеуметтік топтың өкілі.	Саудагер зат. Алған затын қымбатырақ бағаға қайта сататын алыпсатар.	Саудагер зат. 1 тар. Ерте кезде сауда-саттықпен айналысу арқылы ел-ел арасындағы және іл ішіндегі сауда-саттық қатынасты орнатқан, сол арқылы күн көрген қаоғамдық-әлеуметтік топ өкілі. Қазақтың үлкен с а у д а г е р л е р і н е н қажы Омар Жәкежан ұғлы әр жыл Семейден елу-алпыс түйе жегіп тауар алып, Қытай ішінде қыдырып сатады («Қазақ»). 2. Жоғары білікті сауда қызметкері, сауда маманы. 3. Саудадан хабары бар, саудаға икемді адам. 4. жағымсыз. Арзанды қымбатқа сатып күн көретін адам, алыпсатар. Саудагерде иман жоқ – ақша десе арын сатады, ұрыда иман жоқ - ақталам деп жанын сатады деген осы (Ж. Ахмади, Шырғалаң.). 5. ауыс.

1-кестенің жалғасы

1	2	3
		<p>Жолаушы азығын жолда тауып жүрген пенде. б. а у ы с. Бәрін саудаға салатын, пайдақұмар. Тиыннан тиын пайда алған Туыстың көбі – саудагер. (Қ.Мырзалиев, Мәңгі майдан).</p> <p>Бақалшы саудагер. Ұсақ-түйек үй жарағын, тұрмыстық заттарды сатумен айналысатын адам.</p> <p>Жаймашы саудагер. Жайма базарда сауда жасайтын, ұсақ саудамен айналысатын адам.</p> <p>Жүгіртпеші саудагер. Делдал, арада екі жақты келістіріп, саудаласып жүріп, сонысы үшін өзі арадан пайда табатын саудагер адам.</p> <p>Саудагерлер клубы. т а р. Өткен ғасырдың басында болған әлеуметтік топ ретіндегі саудагерлердің қоғамдық ұйымы.</p> <p>Саудагерін жүргізді. Өз елінен басқа елге, елді мекендерге саудагерлер жіберіп, сауда-саттық қатынас орнатты.</p> <p>Саудасы біткен саудагер. б е й н. Шаруасы біткен, жағдайы нашарлаған, күйі кеткен адам.</p> <p>Ұсақ саудагер. Ұсақ-түйек сатумен тиын-тебенін тауып жүрген адам.</p>

Кестеден көріп отырғанымыздай, дәстүрлі-мәдени тарихи кезеңде «Қазақ этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі» Энциклопедиясында саудагер ұғымының анықтамасы берілген. Кеңестік кезеңде шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» саудагер сөзінің мағынасы алыпсатар ұғымымен бірге, жағымсыз реңкте бір семантикалық өрісте беріліп кеткен. Одан кейін саудагер сөзінің семантикалық тіркесімділік өрісінде кеңестік кезеңде ешқандай тіркестер көрсетілмеген. Он бес томдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» саудагердің екі модустағы да мағынасын айқын көруге болады, екеуі де берілген. Сонымен қатар оның «жоғары білікті сауда қызметкері, сауда маманы» деген оң мағынасы да айқын көрініп тұр. Кеңестік кезеңдегі саудагер сөзінің дефинициясынан оның стагнацияға ұшырағанын айқын көреміз. Оның экономикалық контентінің аздығын немесе оның теріс мағына алғанын байқауға болады. Арзанды қымбатқа сатып күн көретін адам, алыпсатар ретінде көрсетілген. Демек бұл деректер ежелден қазақ ұлтының экономикалық санасында тек жағымды семантикаға ие болған, алайда кеңестік идеологияның әсерінен теріс сема шапталып кеткен қазақ тіліндегі дәстүрлі

лексемалардың тәуелсіздік алғаннан кейінгі жылдары мағынасы қайта жаңғырғанын айқын көрсетеді.

Кеңес дәуірінде сауда, саудагер, алыпсатар түсініктері социалистік идеологияның ықпалымен түбегейлі өзгерді. Сауда жеке кәсіптен мемлекеттік бақылаудағы жүйеге айналды. Саудагерлер жағымсыз рөлге ие болып, қанаушы ретінде сипатталды. Алыпсатарлық қылмыс деп танылды. Бұл өзгерістер Кеңес үкіметінің әлеуметтік теңдік пен ұжымдық мүдделерді насихаттауға бағытталған экономикалық саясаттың көрінісі болды. Дәстүрлі сауда мен саудагерліктің жағымсыз реңкі қазақ қоғамының ұлттық экономикалық санасы мен мәдениетіне ұзақ жылдарға созылған әсер қалдырды.

Қазіргі жаһандану кезеңінде сауда-саттықтың бүгінгі күнімізде де тіл үйренудің қозғаушы күші екенін растайтын жаңашыл зерттеулер бар. Америкалық ғалымдар С. Вебер мен В. Гинсбург екі мемлекеттің тілі неғұрлым жақын, ұқсас болса, соғұрлым олардың арасындағы сауда-саттық жақсы жүретінін анықтаған. Егер қарым-қатынас тілі ортақ болса (ана тілі немесе ресми тіл), сауда ағыны орта есеппен алғанда шамамен 1,5 есеге артады екен. Олар өз зерттеулерінде екі ел арасындағы сауда байланысының күшеюі, серіктес елдің тілін үйренушілердің күрт көбеюіне алып келетіндігін айтады, яғни сауда айналымы екі есеге өскен жағдайда, сол елдің тілін үйренушілердің саны шамамен 13% артатын көрінеді [162].

Сол сияқты *ақалақшы* атауы да қазақ халқының сауда-саттық қатынастарындағы маңызды әлеуметтік рөлдердің бірі. *Ақалақшы* – *керуенбасының* халықтық атауы. Ақалақшы негізінде, сауда керуенін басқарған. Кейбір деректер бойынша сауда керуенін басқару кәсіп ретінде қазақтар арасында XIX ғасырда пайда болған [162, 179]. Ол кезде қазақ жерінде сауданы кәсіп еткен басқа адамдарды да ақалақшы деп атай берген. Үкімет орындары сауда-саттық ісін көбінесе ақалақшылар арқылы реттеп, олардан *керуеншілердің жүріс-тұрысы, нарықтың өзгеруі, халықтың пиғылы* т.б. жайында қажетті мағлұматтар алып отырған. Ақалақшы сол кездегі іскер топтардың өкілі ретінде жалпы жұртқа белгілі, беделді болған. Саудаға байланысты қалыптасқан ақалақшы атауы Қытай қазақтары арасында, біріншіден, *керуенбасы*, екіншіден, ертедегі қазақ ауылдарында ел билеуші, *мыңбасы* тәрізді ұғымдарда қолданылған. Шыңжаң мен Қобда қазақтары арасында ел билеуге байланысты төменгі дәрежедегі лауазым ретінде XX ғасырдың ортасына дейін қолданыста болған. Ақалақшының атқаратын функциясы кең болған: ол тек сауда ғана емес, сонымен қатар *келісім жүргізу, саяси делдал болу, ақпарат жинау* сияқты міндеттерді де атқарған, яғни ақалақшы көшпелі қоғамдағы ресми емес, бірақ беделді элитаның өкілі ретінде танылды.

Кеңестік кезеңде дәстүрлі қазақ қоғамындағы әлеуметтік құрылымдар, соның ішінде ақалақшы сияқты дәстүрлі атаулар ұмыт бола бастады, дегенмен тәуелсіздік алғаннан кейін бұл атаулар мен қызметтер қайта жаңғырып, жаңа мазмұнға ие болып отыр. Мәселен, қазіргі *кәсіпкер, кәсіпкерлік көшбасшы* немесе *өңірлік логистикалық компания иелері* – тарихи ақалақшы бейнесінің жалғасы ретінде қарастырылуы мүмкін, әсіресе Шыңжаң қазақтары мен

Моңғолия қазақтарының тілдік санасында бұл атау әлі күнге дейін іскер адам, ел қамын ойлаған жан деген жағымды мағынада қолданылады. Тіпті кей өңірлерде ақалақшы – *ақсақал, ұйымдастырушы* немесе *кеңесші* бейнелерімен ұштасады. Ақалақшы – дәстүрлі көшпелі қоғамдағы алғашқы *нарықтық сана* өкілдерінің бірі. Ол тек экономикалық жүйеде емес, әлеуметтік басқару құрылымында да маңызға ие тұлға болған. Қазіргі қоғамда бұл бейне ұлттық іскерлік дәстүрді жаңғыртудың символы ретінде қолданыла алады. Мемлекет іске асырып отырған «Атамекен», «Бизнес жол картасы», «Жаңа кәсіпкерлік мәдениет» сияқты бағдарламалар контекстінде ақалақшы бейнесі ұлттық іскер азаматтың архетиптік бейнесі ретінде пайымдалуы мүмкін.

Қорыта келе, кеңестік дәуірде еңбек түсінігі трансформацияға ұшырады. Ол кезде еңбек тек экономикалық әрекет ретінде емес, қоғам алдындағы моральдық міндет ретінде қабылданды. Осындай идеологияның нәтижесінде қазақ тіліне жаңа ұғымдар енді. Мәселен *Еңбек ері* – социалистік еңбекте жоғары жетістіктерге жеткен адамдарды дәріптеу, *социалистік жарыс* – өндіріс көлемін арттыру мақсатындағы жарыстар, өндірісте озат болуға шақыру құралы. *Екінінді* (ударник) – ерекше нәтиже көрсеткен жұмысшы тағы басқа ұғымдар социалистік құндылықтарды дәріптеді. Бұл үрдістердің барлығы да қазақ этносының ұлттық экономикалық санасына терең ықпал етті. Кеңестік кезеңдегі ұлттық экономикалық сана қазақ ұлтының әлеуметтік және экономикалық дамуындағы ерекше тарихи кезең ретінде маңызды орын алады.

3. *Тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңдегі ұлттық экономикалық сананың тілдік репрезентациясы.* Қазақ ұлтының тәуелсіздікке қол жеткізуі ұлттық сана-сезімнің барлық қырларын, соның ішінде ұлттық экономикалық сананы жаңа арнаға бұрды. Кеңестік жүйенің идеологиялық шектеуінен босаған қоғамда нарықтық қатынастардың орнығуы, жекеменшік пен кәсіпкерлікке жол ашылуы халықтың танымдық бағдарларына орасан зор әсер етті. Ұлттық экономикалық сана тек материалдық игіліктерді түсінумен шектелмей, ұлттық мәдениетпен, дәстүрлі құндылықтармен және тілдік репрезентациямен де сабақтасты. Осы тұрғыда қазақ лексикографиясы да ұлттық тіл қазынасын жүйелейтін, жаңа экономикалық ұғымдарды қалыптастырып, ғылыми айналымға енгізетін сала ретінде ерекше мәнге ие болды. Қазақ лексикографиясы арқылы ұлттық экономикалық сананың даму кезеңдері тілде таңбаланып, халықтың когнитивтік және құндылықтық құрылымдары айқындалды.

Экономикалық сана – қоғам мүшелерінің материалдық өндіріс пен тұтынуға, байлық пен кедейлікке, еңбек пен табысқа, меншік пен нарыққа қатысты түсініктерінің, бағалауларының, құндылықтарының жиынтығы. Қазақ халқы үшін дәстүрлі кезеңде ұлттық экономикалық сана мал шаруашылығына, қауымдық игілікке, қонақжайлылық пен ортақтастық сияқты әлеуметтік нормаларға негізделді. Тәуелсіздік кезеңінде болса, ұлттық экономикалық сана трансформацияланып, *нарықтық тетіктер* (механизм), *бәсеке, жеке кәсіпкерлік, капитал жинақтау, қаржылық сауаттылық* сияқты жаңа концептілер алдыңғы қатарға шықты. 1991 жылдан кейін елде мемлекет тарапынан іске асырылған әлеуметтік-экономикалық түрлі реформалар қазақ

халқының ұлттық экономикалық танымына жаңа өлшемдер қосты. Атап айтқанда, *жекеменшік пен кәсіпкерлік* тілге бұрын болмаған *бизнес, нарық, акционер, инвестиция, жеке кәсіпкер, бюджет, аудит, қаржылық бақылау, риланс, токендеу, майнинг, биржалық индекс, эмбарго, гиг-экономика, жасыл экономика* тағы да басқа жаңа ұғымдарды орнықтырды. Қаржылық терминология кеңейді. *Бағалы қағаздар, ипотека, несие, банк, стартап* сияқты жаңа сөздер халық санасында бекіді.

Тәуелсіздік кезеңіндегі лексикография жаңа экономикалық шындықты сипаттауда маңызды қызмет атқарды. Экономика, қаржы, банк ісі, құқық салалары бойынша қазақша-орысша, орысша-қазақша салалық сөздіктер әзірленді. Неологизмдер орнықты. Жаңа экономикалық терминдер қазақ тілінің морфологиялық және семантикалық заңдылықтарына сай бейімделіп енді.

Бірінші бөлім бойынша қорытынды

Қазіргі кезде экономикалық қатынастарға қатыспайтын қоғам мүшесі жоқ. Әрқайсысы өндіруші, тұтынушы, ұйымдастырушы, сатушы, жалдаушы, яғни бәрі шаруашылық жүргізуші субъект, демек адам экономикалық санадан тыс өмір сүре алмайтыны анық. Кез келген ұлттың санасы ол бөлінбейтін тұтас дүние емес, ұлт санасының ядросында өзінің ажырамас компоненттері болады. Ұлттық сана міндетті түрде тілдік, тарихи, саяси, экономикалық, құқықтық, эстетикалық, педагогикалық саналардан тұрады. Осы компоненттердің барлығы да ұлттық сананы қалыптастырады. Ұлттық сана бар жерде ұлт болады.

Ұлттық сананың компоненттерін дамытудың әмбебап құралы – тіл, себебі экономикалық санадағы болып жатқан трансформацияны көрсететін ең бір мықты тілдің қабаты ол – лексикалық қабат. Лексикалық қабаттағы өзгерістер басқа қабаттағы өзгерістерге қарағанда жылдам, тез жүреді. Сыртқы болып жатқан құбылыстарға, жаңалықтарға тез реакция білдіреді. Сананың көрінісі тілде жүйелі түрде репрезентацияланады және бұл репрезентаттар әмбебап сипатта болады. Демек, елдің әлеуметтік-экономикалық салаларын дамытуда тілдің қызметі зор. Тіл білу – адам капиталын құраушы негізгі құрал, себебі тіл немесе тілдер адамның экономикалық, әлеуметтік тұрғыда дамуына айтарлықтай әсер ете алады. Оған қоса, экономикалық шешімдерге де белгілі бір дәрежеде ықпал етеді.

Соңғы жиырма жылдықта отандық зерттеушілердің назарынан тыс қалып қойған экономикалық сана проблематикасы қазіргі таңда, әлемдік экономика қарқындап дамыған заманда өте өзекті мәселелердің біріне айналып отыр. Оның басты себебі: экономика жай ғана ғылым, тұрмыс-тіршілік саласы ғана емес, ол – бүгінгі таңда кез келген қазақстандықты толғандыратын ең маңызды салалардың біріне айналып үлгерді. Қоғам мен тілдің арасындағы байланысын тек тілдің имиджиологиясы тұрғысынан, тілдің нормативтік базасы тұрғасынан, қоғамдағы әртүрлі ортада тіл иелмендерінің қолданыс тұрғысынан қарау лингвистикада басым бағыт болған. Тілдің экономикалық саладағы қолданысын зерттеу бұл социолингвистикадағы кенжелеп тұрған бағыт.

Жоғарыда бірінші тарауда келтірілген мысалдар мен тілдік деректер ұлттың экономикалық санасына тікелей қатысы бар құбылыстар. Экономикалық сана – ең алдымен экономикалық ақиқатты көрсететін және белгілі бір тарихи сәтте қоғамның экономикалық өмірінің әртүрлі құбылыстарына қатысын білдіретін экономикалық қатынастардың, экономикалық теориялар мен білімдердің, әлеуметтік қажеттіліктердің, идеялардың, шаруашылық жүргізуші субъектілердің көзқарастарының жиынтығынан тұрады. Ол белгілі бір тарихи жағдайларға байланысты әлеуметтік тәртіпті, экономиканы, өнеркәсіп экономикасын, ауыл шаруашылығы экономикасын, экономикалық-математикалық модельдерді, экономикалық саясатты, экономикалық еркіндікті, экономикалық дағдарыстарды, экономикалық плюрализмді және т.б. сияқты әлеуметтік құбылыстарды түсіну қажеттілігінің негізінде пайда болды. Ол мемлекеттік органдардың экономикалық саясатында көрініс табады, бүкіл қоғамдық өмірді экономикалық ұйымдастыру қағидаттарында көрінеді, шаруашылық жүргізуші субъектілердің қызметінде жүзеге асады, оның репрезентаттары тілде атау, сөз, фразеологизм, мақал-мәтел т.б. түрінде өмір сүреді. Тілдік деректер арқылы қоғамның экономикалық құндылықтары, шаруашылыққа деген қатынасы және материалдық байлықты қабылдау формалары көрініс табады. Бұл – тіл мен экономиканың, оның ішінде экономикалық сананың бір-біріне тәуелді екенін дәлелдейді.

Халықтың шаруашылық жүргізу ерекшеліктері тілдегі зат, ұғым, құбылыс атауларының пайда болуына себеп болады. Бұрынғы дәстүрлі экономикалық сананы көрсететін ұғымдар қазір біздің тілде этнографизмдер ретінде жүр. Мәселен, *бадана көзді күреуке* сияқты, яғни әскери қару-жарақ атаулары сол кездегі экономикалық сананың, экономикалық қатынастардың репрезентанттары, сол экономикалық қатынастардың көріністері, тілдің экономикалық сананы қалыптастырудағы, дамытудағы, трансформациялаудағы рөлі осылай көрінеді.

Осы тараушада тіл мен экономиканың байланысы алғаш рет арнайы ғылыми талдау нысаны ретінде қарастырылды. Экономика саласындағы тілдің қызметін анықтау бағытында жүйелі талпыныс жасалып, тілдің экономикалық сана қалыптастырудағы айрықша рөлі негізделді. Экономикалық сана ұлттың экономикалық мінез-құлқын, шешім қабылдау үлгілерін және құндылықтық бағдарларын айқындайтын басты когнитивтік құрылым ретінде сипатталып, оның қалыптасуы мен өзгерісі тілдік құралдар арқылы жүзеге асатыны дәлелденді.

Жаһандық өзгерістер мен ұлттық даму үдерістерінің тоғысында экономикалық сана жаңа дискурстық формалар мен концептуалдық репрезентациялар арқылы көрініс табады. Осыған орай, ғылыми жұмыстың назарына қазақ ұлтының экономикалық санасының кеңестік және тәуелсіздік кезеңдеріндегі трансформациясы тұр. Зерттеудің негізгі нысаны – экономикалық санадағы өзгерістерді оның лексикалық репрезентациясы арқылы айқындау.

Мақсатқа жету үшін тарауда ең алдымен, *лингвоэкономика* немесе *экономика тілі* ұғымының теориялық негіздері анықталды. Себебі бұған дейін

тіл мен экономиканың байланысы тек болжалдық және жалпы сипаттағы зерттеулерде ғана сөз болса, қазіргі лингвистикада бұл бағыт дербес ғылыми сала ретінде дамып келеді. Осы тұрғыдан зерттеу тіл мен экономиканың тоғысқан тұстарын айқындайтын еңбектерге шолу жасау арқылы басталды.

Қорытындылай келе, тіл мен экономиканың өзара байланысын зерттеу нәтижелері Қазақстанның жаңғыру жағдайында және жаһандану үдерісінің ықпалында ерекше ғылыми және практикалық маңызға ие екені айқындалды. Тілдік капитал қазіргі еңбек нарығындағы табыстылықтың, әлеуметтік интеграцияның және кәсіби мобильділіктің негізгі детерминанты ретінде бағаланады. Тілдік құрылымдар мен тіл саясаты экономикалық модельдердің қалыптасу логикасына, сондай-ақ қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық теңсіздіктердің реттелуіне тікелей ықпал ететін маңызды факторлар қатарында, сондықтан тіл мәселесін елеулі қазіргі экономикалық ғылым мен мемлекеттік саясат үшін әдіснамалық тұрғыдан елеулі қателік болмақ. Тіл – тек мәдени немесе әлеуметтік феномен ғана емес, ол нақты экономикалық құндылыққа ие стратегиялық ресурс ретінде әрекет етеді. Ол ұлттық экономикалық мәдениеті қалыптастыратын, оны қорғаушы, дамытушы тетік ретінде экономикалық жүйенің құрылымдық элементіне айналды.

Жоғарыдағы тарауда айтпағымыз, бүгінгі күні мемлекеттік тілге қатысты либералды қағидаларға сүйенген Қазақстандағы тілдік саясат өз жемісін берді: тәуелсіздік жылдары қазақ тілі қоғамдық өмірдің барлық салаларында қолданыла бастады, қазақ тілінің қызмет аясының кеңеюімен бірге ұлттық тілдегі экономикалық мәдениет пен ұлттық экономикалық сананың даму үрдісі байқалады. Дегенмен осы үрдістің ілгерілеуіне түрлі факторлар қиындық тудырып отыр. Жоғарыда келтірілген зерттеулер осы мәселені анық көрсетіп отыр.

2 ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНА ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНЫҢ ДӘСТҮРЛІ ЖӘНЕ ЗАМАНАУИ МОДУС ТІЛДЕРІНДЕГІ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ

2.1 Экономикалық сана трансформациясы: дәстүрлі және заманауи модус ұғымы

Қазақ халқының ұлттық экономикалық санасындағы трансформациялану үдерісі тілдік репрезентация құрылымдарының және коммуникативтік модустардың өзгерісімен тығыз байланысты. Егер дәстүрлі қоғамда экономикалық ұғымдар мен категориялар поэтикалық құрылымда, мақалдар мен мәтелдер, шешендік сөздер, жұмбақтар мен аңыз әңгімелер түрінде ауызша-вербалды модустар арқылы көрініс тапса, қазіргі заманауи қоғамда бұл репрезентациялар цифрлық, визуалды және интерактивті модустар арқылы бейнеленіп отыр. Мәселен, дәстүрлі түсініктегі *байлық – бір жұттық, қанағат – қарын тойғызар* тәрізді мақалдарда экономикалық әрекет пен құндылықтар этикалық және дүниетанымдық тұрғыдан ұсынылса, заманауи медиамәтінде байлық пен экономикалық табыс көбіне визуалды жарнамалар, инфографика және цифрлық деректермен репрезентацияланады. Осындай трансформация нәтижесінде қазақ тіліндегі экономикалық дискурс аясы кеңейіп қана қоймай, мәдени репрезентация жүйесінің мультимодальді (verbal, visual, digital) түрге ауысуына ықпал етті. Бұл үрдіс тілдің коннотациялық қабаттарының күрделенуіне, жаңа семантикалық байланыстар мен прагматикалық құрылымдардың қалыптасуына алып келді. Осы тұрғыдан қарағанда, репрезентация мен модус лингвистикада тіл мен қоғамның өзара ықпалдастығын айқындайтын көпдеңгейлі семиотикалық жүйе ретінде қарастырылады.

Лингвистикалық зерттеулерде *модус* ұғымы белгілі бір мазмұнның берілу тәсілін, яғни репрезентациялық формасын білдіреді. Латын тіліндегі *modus* сөзі «жол, тәсіл» деген мағына береді. Модус коммуникативтік мақсатқа, стилистикалық бағдарға, дискурстық ортаға және қабылдаушы аудиторияға байланысты өзгеріп отырады. Бір сөзбен айтқанда, тілдің субъективтік-қатынастық мазмұнын сипаттауға бағытталады, яғни сөйлеушінің баяндалып отырған ақпаратқа деген когнитивтік, эмоциялық және еріктік қатынасын білдіреді. Мәселен, ғылыми дискурста ақпарат эксплицитті (айқын) дәлелденген және ресми түрдегі модустармен беріледі, ал публицистикалық дискурста экспрессивтілік пен бағалауыштық сипат басым болады.

Модус ұғымы логика мен философияда Аристотель дәуірінен бастау алады. Орыс ғалымы А.А. Ивин модусты логикалық пайымдаудың құрылымдық формасы ретінде сипаттайды [163]. Ғалым модустарды пайымдаудың алғышарттары мен олардың құрлымына қарай жіктеп, он алты түрлі модальдік құрылымды көрсетеді. Бұл логикалық негіз кейін тіл білімінде сөйлеу актісінің когнитивтік-прагматикалық өлшемдерін сипаттауда маңызды теориялық құралға айналды. Лингвистикаға модус ұғымын алғаш жүйелі түрде енгізген – швейцар ғалымы Шарль Балли болды. Ол сөйлем құрылымында екі құрамдас компонентті ажыратып көрсетті. Бірі – диктум айтылған мазмұн. Екіншісі – модус сол

мазмұнға сөйлеуші тарапынан берілетін когнитивтік немесе эмоциялық бағалау [164]. Ғалымның пайымдауынша, модус сөйлеушінің ойлау үдерісін тілдік деңгейде құрылымдайтын құрал болып табылады. Ғалымның тұжырымына сүйенсек, модус – модальді етістік пен модальді субъектінің өзара байланысқан құрылымы болып шығады. Ол модальді етістік арқылы сөйлеушінің пікірі, сезімі, еркі сияқты субъективті реңктер беріледі десе, модальді субъект ретінде сөйлеушінің өзі немесе үшінші тараптар қатыса алатынын атап өтеді. Мұндай құрылым сөйлемнің объективті мазмұнынан бөлек, сөйлеушінің интенциясын ашуға мүмкіндік береді. Ғалым модустың негізгі түрлері ретінде міндеттілік, мүмкіндік, шындыққа сәйкестік, күмән, қажеттілік тәрізді мағыналарды атап өтеді. Кейін бұл концепцияны әрі қарай Н.Д. Арутюнова жалғастырады. Ол модус категориясының тек эпистемиялық мазмұнмен шектелмейтінін, оның аясында ментальдық, сенсорлық, эмотивтік және волитивтік (тілек-ерік) модустар бар екенін көрсетеді. Менталдық модус сөйлеушінің ақпаратты қабылдау және когнитивтік өңдеу тәсілін сипаттайды, сенсорлық модус – перцептивтік қабылдауды білдіреді, эмотивтік модус – эмоционалдық реакцияны білдіреді. Ал волитивтік модус – тілек пен ерікті білдіреді [165].

Н.Д. Арутюнова модустарды семантикалық мазмұн деңгейінде жіктей отырып, төрт түрлі мазмұндық жоспарды ұсынады:

– перцептивтік жоспар сөйлеушінің қоршаған ортаны сезім арқылы қабылдауын білдіретін модустар;

– ментальдік жоспар когнитивтік операциялармен байланысты: болжам, күмән, жорамал, білу, білмеу, енжарлық және аксиологиялық бағалаулар;

– эмотивтік жоспар эмоционалды-экспрессивтік қатынасты білдіретін модустар;

– волитивтік жоспар ерік, тілек, қажеттілік тәрізді еріктік актілермен байланысты модустар.

Н. Арутюнова ұсынған бұл құрылым модустың функционалдық-семантикалық аясын кеңейтіп, оны жай модальділік шеңберінен шығарып, пікір білдірудің көпқырлы семантикалық қаңқасы ретінде қарастыруға негіз болады. Т.В. Шмелева модус ұғымын диктуммен бірлікте қарастырып, сөйлем құрлымының мағыналық және коммуникативтік ұйымдасуын зерттейді [166]. Ғылымның пайымдауынша, сөйлем мағынасы мазмұндық (объективті) және субъективті (модустық) элементтерден құралады. Субъективті элементтерге модус, коммуникативтік прагматика, сөйлеу актісінің мақсаттылығы жатады. Т.В. Шмелева модусты үш негізгі актуалды (сөйлеу актісінің орын алу жағдайымен байланысты), квалификативті (модальділік, бағалау т.б.), әлеуметтік (сөйлеушінің әлеуметтік мәртебесі, адресатпен арақатынасы) категорияларға жіктейді. Модусты құрылымдық және мәтіндік деңгейде қарастыру қажеттілігі М.В. Всеволодованың еңбектерінде көрініс табады. Ол мәтін модусы мен сөйлем модусын ажыратып, біріншісіне – авторлық ұстаным, синтаксистік модалділік пен бағалау, екіншісіне – сөйлеушінің тікелей интенциясы мен эмоционалды реңктерін жатқызады [167]. Ғалым мәтін модусының вербалды индикаторы ретінде білу, ойлау, көріну сияқты

предикаттарды атап көрсетеді. Бұл тәсіл сөйлеу дискурсының көпқабатты құрылымын анықтауға мүмкіндік береді.

Қазіргі лингвистикалық зерттеулерде модус ұғымына қатысты әртүрлі теориялық көзқарастар қалыптасқан. Дискурс теориясында модус ұғымы ақпаратты жеткізу арнасы мен оның құралдары арқылы анықталатын коммуникативтік параметр ретінде қарастырылады. Ең негізгі екі түрі: *ауызша* және *жазба модус* деп аталады. *Ауызша модус* – тілдің тарихи, алғашқы және табиғи формасы ретінде қарастырылады. Ауызша модус сөйлеуші мен тыңдаушы арасындағы тікелей акустикалық қарым-қатынасқа негізделеді. Сөйлеу артикуляциялық аппараттың көмегімен дыбыстық сигнал тудырып, тыңдаушы оны есту арқылы қабылдайды. Ауызша дискурста просодика, интонация, пауза, қарқын, дауыстың күші, ыңғайласым (конситуативтік) құрылымдар мен бөгеліс, қайталау сияқты сөйлеу белгілері көп қолданылады. Сондай-ақ ауызша дискурста клише, қайталаулар, фразеологиялық тіркестер, эспрессивтілік, гештальттық құрылымдар жиі кездеседі. Бұл ерекшеліктерді алғашқылардың бірі болып сипаттаған Е.А. Земская мен оның әріптестері болды [168]. *Жазба модус* – визуалды сигналға негізделіп, тілдің графикалық код арқылы репрезентацияланады. Бұл форма тарихи жағынан кешірек пайда болғанымен, мәдени өркениет аясында ерекше беделге ие болды. Жазба дискурста интеграция, күрделі синтаксистік құрылымдар, есімшелік, көсемшелік конструкциялар тағы басқалар басым қолданылады.

Қазіргі лингвистикада модус ұғымы тілдің когнитивтік, прагматикалық және семиотикалық өлшемдерін тоғыстыратын, семантикалық күрделілікпен сипатталатын маңызды категория ретінде қарастырылады. Оның типологиясын, құрылымдық элементтерін және дискурстағы қызметін жүйелі зерттеу қазақ тілінің прагмалингвистикалық ресурстарын терең түсінуге мүмкіндік береді.

Тіл – этностың мәдени-әлеуметтік, экономикалық ұлттық болмысын бейнелейтін күрделі семиотикалық жүйе. Тіл арқылы қоғамдағы теңсіздіктер де репрезентацияланады. Мәселен, *ауқатты, кедей, орта тап* сияқты ұғымдар адамдардың әлеуметтік-экономикалық орнын анықтайтын тілдік индикаторлар. Тілде *ауқатты, бай, дәулетті, сал-сері, бәйбіше, мырза* сияқты сөздер дәстүрлі қоғамдағы элитарлы әлеуметтік топ өкілдерінің тілдік бейнесін құрайды. *Кедей, жарлы, жалаңаяқ, жарымжан, сорлы, жетім-жесір* сияқты атаулар керісінше, әлеуметтік және экономикалық жағынан қорғансыз, әлсіз топтарға қатысты қолданылған. Бұл атаулардың лексикалық мағынасы ғана емес, оның коннотативтік (астарлы) реңкі де терең. Олар адамның экономикалық мәртебесін ғана емес, оның қоғамдық қарым-қатынастағы рөлін де білдіреді. Мысалы, *мырза* тек *ауқатты, бай* адамды ғана емес, сонымен қатар *кеңпейілді, қолы ашық, көптің қамын ойлайтын* тұлғаны да білдіреді. Бұл – байлық пен адамгершілік арасындағы байланысқа негізделген когнитивтік модель.

Қазақ ұлтының көшпенді қоғамында әлеуметтік стратификация қатты айқындалмағанмен, мүліктік айырмашылықтар, рулық-тайпалық құрылым, қоныстану, мал саны, билік жүйесі арқылы реттеліп отырды. Осы стратификация тілде *төре, би, батыр, қараша* сияқты әлеуметтік атаулар арқылы нақты көрініс

тапты. *Сыңар өгізі сыңырып жүр* – кедейліктің символына айналған тұрақты тіркес. *Қырық кісі бір жақ, Қыдыр ата бір жақ* – Қыдыр бейнесі арқылы материалдық байлықтан гөрі рухани қолдаудың жоғары бағаланатынын көрсетеді. Тілдік бірліктер тек коммуникативтік емес, танымдық-бағалауыштық функция атқарады. Экономикалық терминология халықтың тарихи тәжірибесімен, әлеуметтік ұйымымен, тұрмыс-салтымен астасады. *Бай* – экономикалық өлшем ғана емес, мінез-құлық, мәртебе, жауапкершілік категориясы. *Кедей* – тек мүліксіз емес, көбіне әлсіз, қорғансыз, әлеуметтік қолдаудан тыс қалған тұлға. *Мырза* мен *сараң* – антонимдік бағалау жүйесін білдіретін бейнелер. Қазақта мырзалық – мәртебе, сараңдық – моральдық кемшілік ретінде қабылданады. *Бай – байға құяды, сай – сайға құяды* деген мақал байлардың ортақтасуын, кедейдің бөлектенуін білдірсе, *байдың асын байқұс қызғанып ішеді* – экономикалық теңсіздікке ирониямен қарау үлгісі болып табылады. Осылайша, экономикалық дискурс – адамдардың материалдық, қаржылық, өндірістік қатынастарын тіл арқылы бейнелейтін ерекше коммуникативтік кеңістік. Осы дискурстағы модус ұғымы сөйлеушінің шындыққа, экономикалық құбылыстарға деген субъективті қатынасын білдіретін прагматикалық категория ретінде маңызды рөл атқарады. Экономикалық дискурстағы модусты зерттеу – тіл арқылы қоғамдағы экономикалық сана мен құндылықтардың трансформациясын түсінуге мүмкіндік береді.

Ұлттық экономикалық сананың тілдік репрезентациясында модус ерекше қызмет атқарады, себебі ол *байлық, еңбек, кәсіп, сауда, мүлік, табыс* сияқты қазақ ұлтының базалық экономикалық концептілерін ұлттық дүниетанымға сәйкес қабылдану ерекшелігін көрсетеді. Осылайша, модус – қазақ халқының ұлттық экономикалық санасының репрезентациялануында шешуші рөл атқаратын лингвомәдени категория болып табылады. Мәселен, дәстүрлі модус көбіне халықтық танымнан, этномәдени тәжірибеден, салт-дәстүрден туындайды. Дәстүрлі қазақ қоғамында ұлттық экономикалық сана *мал, жер, еңбек* сияқты ұғымдармен тығыз байланысты болған. Бұл ұғымдар қазақ халқының ауыз әдебиетінде, мақал-мәтелдерінде, эпостық жырларында репрезентацияланған. Дәстүрлі модустың басты ерекшелігі – оның ұжымдық, тұрақты, идеологиялық сипаты. Дәстүрлі модус: 1) поэтикалық формада (ритмика, қайталау, аллитерация) беріледі; 2) қоғамдық нормаларға негізделеді; 3) эмоциялық-экспрессивті реңкі болады.

Дәстүрлі модустың қазақ халқының ұлттық экономикалық санасында көрініс табуы тек мақал-мәтелдер, тұрмыстық сөздермен ғана шектелмейді, сонымен қатар ол антропонимияда, яғни есімдерде де байқалады. Қазақ қыздарының есімдері халықтың танымы мен әлеуметтік-экономикалық түсініктерін көрсететін маңызды кодтардың бірі. Ежелден дәстүрлі мәдениетте қазақ халқы өз қыздарын бәрінен қымбат деп бағалаған, аялаған, сол себепті оларға ең әдемі қымбат есімдер қойған. Қазақтың дәстүрлі қоғамында қыз балаға есім беру кезінде оның экономикалық және тұрмыстық мәнге ие болуын да ойлаған. Қазақ қыздарының есімдері көбіне сауда-экономикалық маңызы бар

атаулармен байланысты қойылған. Дәстүрлі модус тұрғысынан бұл есімдер «болашақта отбасының дәулетін арттырады» деген сеніммен байланысты берілсе керек. Мәселен, *Алтын, Күміс, Інжу, Меруерт, Маржан, Гауһар, Лағыл, Сапура, Зүбәржат* тағы басқа есімдер асыл тастар мен қымбат заттардың атауларынан алынған.

Алтын – дәстүрлі мәдениетте құны жоғары, сары түсті асыл металл. Алтын өңдеуге қолайлы әрі сыртқы ортаның әсеріне аса төзімді болғандықтан сәндік заттар жасайды және онымен басқа металдардың бетін жалатады. Ертеде өңдеуді кәсіп еткен зергерді *алтыншы, күмісші, алтын ұстасы, күміс ұстасы* деп атаған. Қазақта алтынның сапасы мен көлеміне және өндіру технологиясына қарай, бірнеше түрі бар: таза, қоспасы жоқ алтынды *айырған алтын* және *қарқ алтын* деп атайды. Қарқ сөзі ертеде өңкей бір, қоспасыз деген ұғымды білдірген. *Сап алтын* (саф) – *сары алтын, таза алтын* деген ұғымды білдіреді. Сонымен бірге зергерлер тілінде *ши алтын, шым алтын, шымқай алтын, шын алтын, шора алтын, ұрғашы алтын* т.б. атаулар оның сапасы жоғары екендігін аңғартады. Керісінше, *қызыл алтын* мыс қосылған сапасы төмен алтын дегенді білдіреді. Қазақтар арасында алтынның топ-тобымен жер қыртысының бетінде көшіп жүретін сұйықтау келген *сом алтын* түрі болады және оны *көшпелі алтын* деп атайды деген аңыз ұшырасады. Ондай алтын жердің бетін ыра ойқастап құмда жүрген жылан тәрізді болып, жер қыртысын «талқандай» жосып жүреді деседі ауызша деректерде [169]. Көшпелі алтынды көрген адам сол сәтте өз денесінен (бармағынан) немесе малды бауыздап қан шығарса, көшіп бара жатқан алтын тоқтап қалады екен-мыс. Ауыз әдебиет үлгілерінде *ат басындай алтын* деген тіркес жиі кездеседі және ол халықтық өлшем ретінде түсіндіріледі. Мәні – көлемді, үлкен алтын дегенді білдіреді. Қазақта алтынға байланысты *адамды сөз бұзар, алтынды жез бұзар; ақыл айнымас, алтын шірімес; алтын алма, ақыл ал; алтын – базарында бағалы; алтын жерде жатпайды, жаман ұста суын таппайды; алтын көрсе, періште жолдан таяр; алтынның қолда барда қадірі жоқ; алтын отта сыналар, адам жоқта сыналар; алтын тас, дақыл ас; алтын шыққан жерді белден қаз; алтын шыққан жерінде қадірлі; алтынның сынығы да алтын* деген сияқты сөз орамдары мен паремалар қалыптасты [144, 147]. Бұлар алтынның дәстүрлі ортадағы этномәдени мән-маңызы, байлық пен молшылық өлшемінің көшпелі ортадағы моральдық-этикалық нормаларда алатын орны туралы ақпарат береді. Сонымен бірге, алтын ұғымы эстетикалық және этикалық мәнде де қолданылады. *Алтындай* деп бір жағынан, қыздың қас сұлулығын әспеттесе, екінші жағынан, адамның тектілігін айтады. Мысалы, халық арасында жақсы адамның ұрпағын *алтынның сынығы*, яғни жақсының көзі деп айтады.

Гауһар – өңделіп қырланған алмас. Әлемнің көптеген тілдерінде *бриллиант жарқыраушы, жылтыраушы* деген мағынаны білдіреді. *Гауһар* арабтың *джоухәр* (асыл тас) деген сөзінен бастау алады. Табиғатта оның алуан түрі кездеседі. *Гауһар* тас қондырылған бұйымдардың барлығының атауына *гауһар* сөзі қосылып айтылады: *гауһар кемер, гауһар белдік, гауһар білезік, гауһар сақина, гауһар жүзік, гауһар түйме* т.б. *Гауһардың* үлкендеу түрін *дүррі гауһар*

деп атаған ол өте қымбат бағаланады. Кәсіби шеберлер өндеген алмас кристалдар қазақ жеріне керуен арқылы сырттан жеткізілген. Дәстүрлі ортада зергерлер оны зергерлік бұйымдарға, әсіресе жүзік пен білезікке қырлап, өңдеп көз ретінде салған [170]. Бай қазақтар байлық, сән-салтанаттың белгісі ретінде ат әбзелдерін, қару-жарактың балдақтарын гауһар тастармен әшекейлеген. Ертеде асыл тас түрлерімен, әсіресе құнды гауһар түрлерімен сауда-саттық жасайтын арнайы мамандар болған, оларды халық арасында *гауһарпұрыш* деп атаған. Ел арасында гауһарға байланысты *гауһар тас жарыққа шықпай, асылын білдірмес; асыл тастан қымбат – гауһар, асыл адамнан қымбат – парасат; өнерлі жігіт өрге озар, гауһар тасты қолға алар* сынды аталы сөз орамдары қалған. Дәстүрлі ортада гауһар сияқты асыл тастың атымен аталған қыз баланың есімдері жиі кездеседі.

Маржан – зергерлік бұйымдарға, киімдерді әшекейлеуге кеңінен қолданылатын асыл тас. Маржан қазақ зергерлеріне жартылай өңделген түрінде Таяу Шығыс елдерінен жеткізілетін болған [171]. Біркиер қымбат киімдерді, матадан тігілетін бұйымдарды әшекейлеуде *маржан бастырып тігу* қазақтың дәстүрлі қолөнерінде жиі кездескен. Оған негіз болған тіл-көзден сақтанудың магиялық шараларында маржанның ерекше орын алғандығы болса керек. Маржанға ерекше қасиет телу – алқызыл маржандардың араб елдерінен, яғни Меке жақтан келуімен байланысты болса керек. Ұзатылатын қыздың жасауын жасақтағанда оны әсемдеу мен тіл-көзден сақтау шараларына ерекше көңіл бөлген. Сондықтан, түрлі *тұмарлар, үкі қауырсындарын, құндыз терісін, маржан моншақтар* тағатын. Маржан өзінің алқызыл әдемілігімен өте жоғары бағаланатын асыл тас ретінде және қорғаныс қасиеттеріне байланысты сәукеле әшекейінде көптеп қолданылған, сол себепті халық арасында *жақсының сөзі – маржан, өнерліден шыққан сөз – маржан* сынды паремиялар маржанның бағалы екенін білдірсе керек.

Меруерт – зергерлік бұйымдар жасауға, киім-кешектерді әшекейлеуге қолданылатын ақ, ақшыл түсті асыл тас. Халық ұғымында меруерттен көз қойып жасаған бұйымдар, онымен әшекейленген киімдер адамның тектілігін білдіріп, асқақ етіп көрсетеді. Көз сүйелінен, ноғаладан, азғындықтан сақтайды. Меруерттің әшекей бұйымдарында жиі қолданылуы осыған байланысты. Жасалған материалына қарай ондай әшекейлер *меруерт жүзік* (көзіне меруерт қондырған жүзік), *меруерт моншақ* (ақ меруерттен жібек жіпке тізіп жасаған моншақ), *меруерт сырға* (меруерттен жарқыраған көзі бар алтын немесе күміс сырға), *меруерт шытыра* (кимешек, сәукеле тәрізді бас киімдердің меруерттен көз қойып жасаған күміс әшекейі), *мөрлі меруерт* (лауазымды адамның меруертпен әшекейлеп жасаған мөрлі жүзігі) және т.б деп қолданылады [144, 122].

Інжу – інжунның қабыршағын ел ішінде *сәдеп* деп айтады. Осыған орай *сәдепсіз дүр болмас, тікенсіз гүл болмас* деген мақал пайда болған. Жел дауылдың әсерінен сәдеп су бетіне, жағалауға шығып та қалады. Бұл туралы азды-көпті мағлұмат қазақтың айтыс өлеңдерінде кездеседі. Асыл тас атауларының бір тобы (меруерт, маржан, дүр) араб-парсы тілінен, ал інжу қытай

тілінен енген, өйткені асыл тастардың бәрі бірдей қазақ даласында өндірілмеген, оларды дайын күйінде басқа елдерден сатып алған. Сатып алынған тастарды сол елдегі атауы бойынша атаған, кейбіреуін сол тілдегі мағынасы бойынша қазақша атаған, қайсыбірін тіліміздің заңдылықтарына бағындырып өзгертіп алған.

Мұндай асыл тастардың атауы берілген есімдер қыз баланың отбасы үшін өте қымбат екенін, таза, мөлдір, сирек, сұлу болуын және өмірінің байлыққа толы болуын білдіреді. Сонымен қатар *Дәулетбике, Байгүл, Жаңыл, Теңге, Сомқыз, Ділдә, Динара, Жібек, Мақпал, Торғын, Торқа, Шұға, Қамқа, Баршын, Манат, Қатипа* сияқты есімдер де *экономикалық молшылық, дәулет, қазына байлық* ұғымдарымен тікелей байланысты. Бұлардың барлығы да белгілі бір дәуірдің экономикалық-тарихи модусын бейнелейді. Мысалы, *мақпал* – жібектен, жүннен тоқылатын, түгі 0,8 мм ге шейін жететін, бір түсті *қымбат пүліштердің* атауларының бірі. Мақпалдың басқы ерекшелігі түгінің біркелкі шымқай қою түсті болып, жылтырамай тұратындығында. Мақпалды *қарамақпал, қоймақпал, қырмызы мақпал* деп жіктеу кездеседі. Қарамақпал, қырмызы мақпал деп түсіне қарай айырса, қоймақпал деп *түгі жұқалау, қара барқыт матаны* атайды. Жалпы қазақы ортада мақпал кез келген заттың биязы, жұмсақтықтығының метафоралық теңеуі ретінде қалыптасқан. Мысалы бірыңғай қара түсті жылқыны *мақпал қара* деп атау немесе жұмсақ биязы топырақты *мақпал топырақ* деп атау осыны көрсетеді. Өлім, тойда, құдандалықта кәделі қымбат заттар қатарында *мақпал жыртыстар* берген, олар әдетте, жағасыз киімнің орнына жүреді. Қазақтар мақпалдан тігілген *шапан, ішіктер, камзолдар, көйлектер, бас киімдерді* әрқашанда бір киер салтанатты киім-кешек қатарына жатқызған. Қыз жасауына кіретін *көрпе-жастық, тұскиіз, бөстек-төсеніштердің* бағалы, қымбат түрлері де мақпал матадан тігілетін болған. Елге сыйлы, жасы үлкен қария адамдар қайтыс болғанда *тәбәрік* деп тарататын жыртысқа мақпал матаны қолданатын болған. Әдетте, мұндай тәбәріктен жиналған жыртыстан, сол кісінің жасын берсін, сол кісі сияқты ырзықты болсын деп ырымдап *құрақ көрпе* тіккенде құрамына енгізетін болған. Күнделікті өмірде қолданылатын маталардың ішінде мақпал ерекше орын алатын материалдық құндылықтардың қатарына жататынын атап өту керек, яғни мақпалдан тігілген киім-кешек, тұрмыстық бұйымдар әрқашанда қымбат, бағалы заттар қатарына жататын. Түрлі *құда түсу, құн төлеу, өлік жөнелту, ас* сияқты және де басқа да әлеуметтік маңызы бар жосын-жоралғыларды атқаруда қолданылатын материалдық құндылықтар шкаласында, мақпал және мақпалдан жасалған заттардың өзіндік орны болғаны белгілі. Бұл есімдердің барлығы да қыз баланың нәзіктігін, сұлулығын және қымбаттылығын білдіреді.

Құндыз, Кәмшат, Жанат, Үкіжан сияқты есімдер де қымбат терілер мен әшекейлердің атауларымен байланысты. Мысалы, құндыз және кәмшат терілері киімдерге сұлулық пен байлықты көрсету үшін пайдаланылған. Ақша атауларына қатысты *Динара* және *Ділдә* есімдері де бар. Динара есімі арабша динар *валюта* атауынан шыққан, ал Ділдә есімі бұрынғы алтын тиыннан алынған. Бұл есімдер де қыз баланың қымбаттылығын білдіреді. Қазақ халқы өз қыздарын бәрінен қымбат деп бағалаған, аялаған. Сол үшін оларға ең әдемі,

қымбат есімдер қойған. Қыздың қаншалықты құнды екенін оларға ең қымбат валюта, нәзік жібек, ең бағалы асыл тастар, сирек кездесетін мата атауларымен байланысты қойғанынан да көруге болады. Бұл есімдер қазақ халқының ұлттық экономикалық санасының, дүниетанымының және мәдениетінің көрінісі болып табылады. Бұл деректер бабаларымыздың сауда қатынастарында белсенді болғанын, экономикалық үрдістерді терең меңгеріп, жібек пен бағалы қазба байлықтардың құнын, нарықтық құбылыстарды жақсы білгенін көрсетеді.

Дәстүрлі модус көбіне халықтың сан ғасырлық, бірнеше кезеңдік, яғни ұлт болып қалыптасу, ұйысу уақыты аралығындағы тұрмыс-тіршілігі мен шаруашылық мәдениетіне байланысты дамыды. Байлық көп жағдайда материалдық өлшемдер арқылы бейнеленді. Мәселен, қазақтың дәстүрлі танымында *байлық* ұғымы ауқымды, кең рухани-материалдық мазмұнмен сипатталады. Тілімізде осы ұғымның көркем символикалық бейнеленуін айқындайтын тұрақты тіркестер мен лексемалардың бірі – қара орман тіркесі.

Қара орман – дәстүрлі қазақ қоғамындағы байлықтың поэтикалық, әрі концептуалдық символы. Бұл тіркес халықтың дүние мен дәулетке, мал-мүлікке деген көзқарасының тілдік көрінісі болумен қатар, ұлттық экономикалық сананың тарихи кодтарын да бейнелейді, яғни қазақтың ұлттық санасында қара орман тек материалдық байлықты ғана емес, тұтас бір әулеттің тіршілігін, мүліктік негізін, тіпті рухани кеңістігін білдіретін ұғым ретінде көрінеді. Қазіргі заманғы ұлттық экономикалық санада байлық ұғымы функционалды-материалдық өлшемдермен шектелсе, қара орман сияқты көне тіркестер оның ұжымдық, әлеуметтік және рухани мағынасын сақтап, байлықты тұтас дүниетанымдық категория ретінде көрсетеді. Академик Р. Сыздықтың зерттеулеріне сүйенсек, «қара орман» тіркесі қазақ тіліндегі көне лексикалық бірліктердің бірі ретінде *мал-мүлік*, *барша дүние*, *дәулет* мағынасында қолданылған [172]. Осы мағынасы әсіресе, XIX ғасырда жарық көрген сөздіктерде нақты тіркелген. Мәселен, В.В. Радловтың «Опыт словаря тюрских наречий» (1888-1905) атты еңбегінде [173] және 1897 жылғы Киргизско-русский словарьда «қара орман» сөзі «барша байлық» ұғымымен баламаланады [174]. Радлов атап көрсеткендей, мұндағы «орман» сөзі қазіргі мағынадағы орман-тоғай ұғымын білдірмей, белгілі бір контексте мал-мүлік, дәулет мәнін білдіретін көне семантикалық қолданысқа ие. Салыстыра қарағанда, қазіргі ұлттық экономикалық санада *байлық* көбіне *дербес*, *рационалды*, *нарықтық категория* ретінде түсіндірілсе, дәстүрлі қазақ ұғымында байлық – ұжымдық, мәдени-әлеуметтік, экзистенциалды сипатқа ие. Қара орман тіркесінің мәні – тек материалдық құндылықтар жиынтығы ғана емес, сонымен қатар адамның әлеуметтік ортасы, отбасылық құрылымы, рухани кеңістігі мен болмысын да білдіреді.

Қазіргі тілдік санада «қара орман» фраземасы *капитал*, *меншік*, *актив* сияқты терминдермен баламаланбайды. Оның қазіргі мағынасын негізінен астарлы-метафоралық, эмоционалды-эспрессивтік реңкке ие болып, белгілі бір стильдік мақсатпен жұмсалады. Мәселен, көркемдік бейне ретінде – тарихи контексте дәулетті, дәстүрлі тұрмысты сипаттайды. Метафора ретінде – отбасын,

артында қалған ел-жұрты, туған ортаны білдіреді. Эмиционалды символ ретінде – өткен өмірге, бабалар заманына деген сағыныш, ұлттық болмысты еске салу, яғни бүгінде «қара орман» тіркесі нақты экономикалық ұғым ретінде қолданылмаса да, ұлттық тарихи-мәдени сананың символы, этноэкономикалық ұғымның көркемдік бейнесі ретінде өзектілігін сақтап келеді. Ол қазақтың дәстүрлі байлық концептісін, отбасылық-рулық байлықты білдірген көне түсініктің жалғасы ретінде қазіргі тілдік жүйеде поэтикалық, символдық, кейде мемориалдық сипатпен өмір сүруде.

Заманауи модус қазіргі жаһандану, нарықтық қатынастар мен цифрлық мәдениет жайғдайында қалыптасты, демек заманауи модус – шындықты қабылдаудың қазіргі әлеуметтік-мәдени және экономикалық түсініктерін, көзқарастарын бейнелейтін категория. Ол тек шынайы экономикалық реалийлерді, құбылысты көрсетіп қоймай, сол құбылысқа деген қоғамдық бағаны, символдық мәнді, мәдени интерпретацияны да білдіреді. Мәселен, жоғарыда атап өткен байлық ұғымы дәстүрлі қазақ қоғамында мал мен жер арқылы өлшенсе, қазіргі заманауи модуста байлық ол – *ақпарат, капитал, білім, инвестиция, цифрлық актив*. Сол сияқты *кәсіп* те дәстүрлі мәдениетте қолөнер, шаруашылық деген түсінікте қолданылса, қазіргі ұлттық экономикалық санада *бизнес* деген ұғымды білдіреді, яғни бизнес кәсіпкерлікке айналады.

Заманауи модус: 1) жарнамалық, визуалды, мультимодальді сипатта болады; 2) *жеке тәжірибе, қаржылық тәуелсіздік, пассив табыс* идеяларына негізделеді; 3) англицизмдер мен қысқартуларға бейім. Дәстүрлі модуста тілдік форма тұрақты құрылымға ие (мақалдар мен мәтелдер, эпостық жырлар т.б.), заманауи модуста дискурс динамикалық, бейімделгіш, жеке субъектінің қаржылық стратегиясына негізделеді. Заманауи модус қазақ халқының ұлттық экономикалық санасын жаңа деңгейде бейнелейді. Оның басты ерекшеліктері: трансформация (дәстүрлі экономикалық концепттер жаңа мазмұнға ие болуы), репрезентация, сабақтастық (дәстүрлі құндылықтардың жаңа реалийлермен жалғасуы). Заманауи модус дәстүрлі құндылықтарды ығыстырмайды, керісінше оларды жаңа мазмұнда қайта бейнелейді.

Кесте 2– Дәстүрлі және заманауи модустардың салыстырмалы талдауы

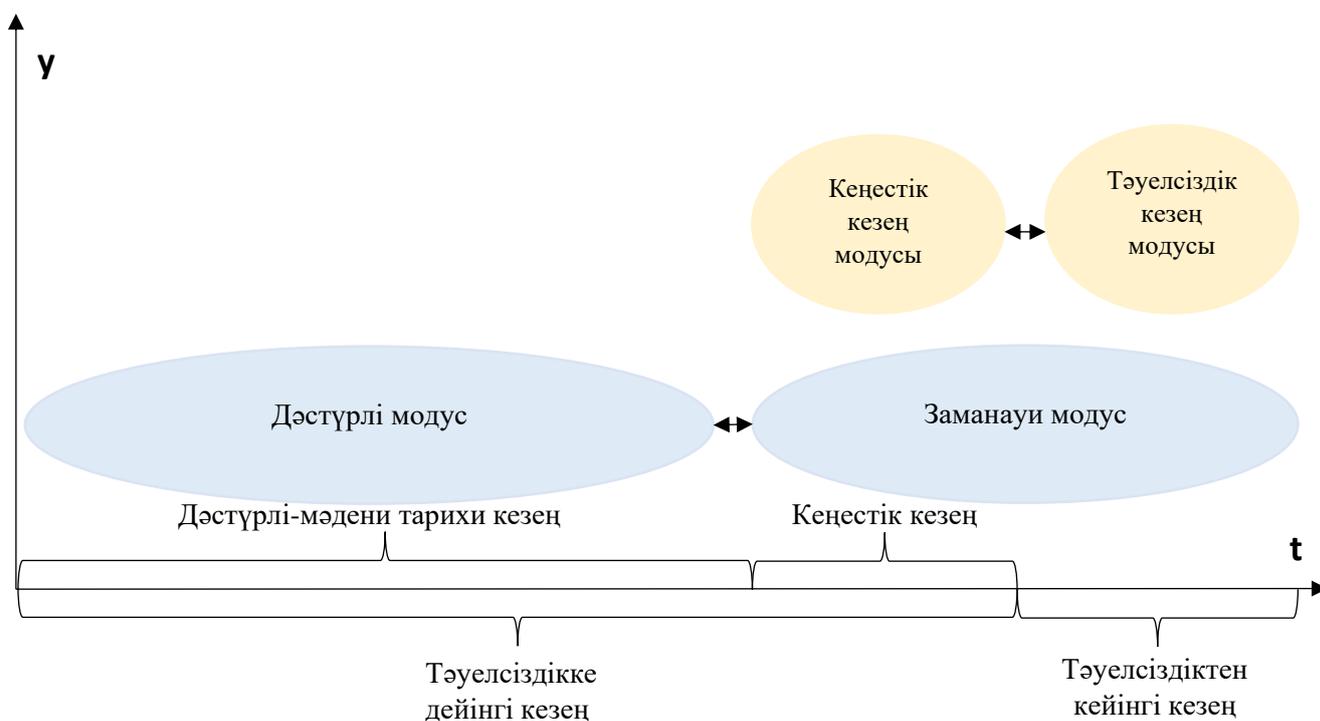
Модус түрі	Репрезенттелетін құндылықтар	Ұлттық экономикалық санадағы қызметі
Дәстүрлі	береке, ынтымақ, мал-мүлік, жер, сауда-саттық т.б.	қоғамдық-әлеуметтік құндылықтарды дәріптеу
Заманауи	инновация, нарық, кәсіпкерлік, цифрландыру т.б.	жаһандану жағдайындағы жаңа экономикалық модельдерді көрсету

Осылайша, заманауи модус қазақ тілінде экономикалық сананың жаңа когнитивтік моделін қалыптастырып, ұлттық дүниетанымды жаһандық өркениетпен үйлестіріп отырады.

2.2 Экономикалық сананың дәстүрлі модус тіліндегі репрезентациясы

Зерттеуде қазақ ұлты экономикалық санасы тәуелсіздік алғанға дейінгі және тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңдерге бөлініп, екі түрлі модус шеңберінде анықталды. Оның біріншісі – мәдени модус. Мәдени модус өз ішінде: дәстүрлі және заманауи модус болып екіге жіктеліп қаралды. Сонымен қатар диссертациялық жұмыста тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы тәуелсіздік алғанға дейінгі және тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңдерге бөлініп анықталды. Бұл кезеңдерді бөліп алудың мақсаты – Тәуелсіздіктің экономикалық сана өзгерісіне, сәйкесінше тілдегі сол өзгерістің көрінісіне әсерін тәуелсіздікке дейінгі кезеңмен айқын әрі бедерлі салғастыру арқылы анықтау. Бір-біріне қарама-қарсы қаралған тәуелсіздікке дейінгі және тәуелсіздіктен кейінгі кезеңнің алғашқысы – тарихи-дәстүрлі және кеңестік екі кесіндіде қаралды.

Сонымен бірге диссертациялық зерттеу материалдары шартты түрде өзара бинарлы оппозициядағы дәстүрлі және заманауи, кеңестік кезең және тәуелсіздік кезең төрт модус тұрғысынан талданды. Модустардың хронологиялық кесіндісі кезеңдермен тұспа-тұс келетіні, дөп келмейтіні де бар.



Сызба – 1 Дәстүрлі -заманауи, кеңестік кезең және тәуелсіздік кезең модустары

Сызбада көрсетілгендей, тілдік деректерді дәстүрлі-заманауи модуста караудың мәні – экономикалық сананың ұлттық өзегі мен оның бүгінгі трансформациясын тілдегі репрезентанттар арқылы айқындау болды. Ал кеңестік және тәуелсіздік кезең модустарын белгілеп алудың мақсаты – жоспарлы шаруашылық жүргізуден нарықтық жүйеге ауысқандағы сана

өзгерісін бір-бірімен мүлде үйлеспейтін осы өзара қарама-қарсы экономикалық қатынас тұрғысынан тіркеген, сипаттаған тілдік көріністерді салғастыра талдау.

Жоғарыда айтып өткеніміздей, жалпы модус дегеніміз – күрделі тілдік құбылыс. Ол әдетте имплицитті түрде берілетін, кейде мазмұнға тікелей сәйкес келмейтін құбылыс. Модустың басты айқындауыштық белгісі – формасы емес, мағынасы [175]. Модус тілді зерттеудің ауқымды аспектісі екені тарихтан белгілі.

Тіл экономикалық қатынастарға байлаулы. Тілтанушы ғалымдардың айтуынша, қазақ тілінде күнделікті қолданысқа еніп кеткен сөздердің этимологиясын қарағанда, олардың атакәсіпке, дәстүрлі шаруашылық реалийлерге, құбылысқа, қатынасқа қатысты екені байқалады. Шаруашылық жүргізу ерекшеліктері тілдегі құбылыс атауларына себеп болады. Мәселен, дәстүрлі қазақ қоғамында *байлардың* алатын орны ерекше болған, себебі байлар сол кездегі *мықты кәсіпкерлер, жұмыспен қамтушылар*. Олар байлығымен ғана емес, ақыл-парасатымен де, дипломатиялық шеберлігімен де, іс жүргізу қабілетімен де, ілім-білімімен де халыққа сыйлы болған. Мұны мынадай паремиологиялық бірліктер репрезентациялайды: *түйелі бай – киелі бай, қойлы бай – қорлы бай, жылқылы бай – сылдыр бай, ешкілі бай – есепті бай, ағайының бай болса, асағаның май болар; үркер жиылып ай болмас, кедей жиылып бай болмас; бай болмақ ініден, билікке шықпақ баладан; байдан сыралғы, батырдан сауға; балдан тamar, байдан жұғар; жарлымен жауласқанша, баймен барымталас; әулиенің кереметі тартар, байдың несібесі тартар; бай қараса, бақ қарайды; байдың асын бағұс қызғанар*. Қазіргі таңдағы қазақ экономикалық санасында «бай» ұғымының мәні өзгерді. *Бай* – байырғы қазақ қоғамындағы дәулетті адам, қоғамда беделді орны бар, төрт түлік мал жиған, жекеменшіктің, ауқатты шаруашылықтың иесі әрі ұйымдастырушысы. Бай шаруашылықты өзінің мол тәжірибесіне сүйеніп, маңайындағы басқа ауыл ақсақалдарымен кеңесе отырып жүргізді. Дау-дамай, соғыс-қақтығыс кезінде қолдау табу мақсатында маңайына туған-туыстарын жинауға тырысқан [176], себебі қазақ ұлтының дәстүрлі танымында байлық тек жекеменшік мүлікпен өлшенбеген. Дәстүрлі ортада бай адам тек экономикалық субъект қана емес, ол – әлеуметтік теңдікті қамтамасыз етуші, *рухани меценат, қоғамдық тұрақтылықтың кепілі, мықты кәсіпкер, жұмыспен қамтушы* болған. Абайтанушы ғалым Омар Жәлелдің пікірінше, байлықтың мәні екі түрлі сипатта көрініс табады: материалдық және рухани [177]. *Материалдық байлық* – дәулет, мүлік, мал-жан болса, *рухани байлық* – білім, ақыл, парасат, мәдениеттілік. Классикалық қазақ қоғамында *рухани бай адам дәулетті, кемел адам* деп танылған. Бұған Құнанбай мен Абай арасындағы қарым-қатынас айқын дәлел бола алады: Құнанбайдың мал-дүниесі рухани бай Абайдың шығармашылық дамуына жағдай жасаған. Бұл – рухани байлықтың материалдық негіз арқылы қолдау табуының көрінісі.

Байлардың қоғамдағы орны көшпенді мал шаруашылығының көлеміне, оны жүргізу шеберлігіне қарай анықталады. Көш кезінде бірнеше қазақ ауылы бірігіп, үлкен бір қауымды құрайтын. Бай сол қауымның шаруашылығын көші-қонын ұйымдастырып, жайылым орындарын реттеп, ауыл көшін бастап отырды

және қауымдық шаруашылыққа басшылық жасай отырып, ауылдағы өндіріс тетігін, ауыл билігінің тізгінін өз қолында ұстады. Байлардың әлеуеті олардың тұрмыс-тіршілігінен де көрінді. Байлардың киіз үйі де өзгелерден ерекше болып, үй жиһаздары сүйек, күміспен әшекейленетін болған.

Байлар дәстүрлі қазақ қоғамында қазақ даласының өзіндік элитасын, зиялы қауымын қалыптастырды. Қазақ даласындағы дәстүрлі құрылымды басқаруда ерекше рөл атқарып, мектеп-медреселер ашуға, қазақ-зиялыларына «Қазақ», «Айқап» сияқты газет-журналдар шығаруға қаржылай көмек көрсетіп, демеушілік жасап отырған [178]. Тіпті жаугершілік заманда жауға шабатын әскердің де қамын жасап отырған. Мәселен, Кенесары бастаған көтерілісте сарбаздарды ас-суымен, мініс ат, қару-жарақ, киімімен байлар қамтамасыз еткен. Ауыл-ауылдарды аралаған ақын, жыршы, жырауларды да үйлеріне түсіріп, айлап қонақ қылған. Сондықтан қазақ тіліндегі *жемесеңде май жақсы, бермесе де бай жақсы, ақыннан да, батырдан да бай жақсы* деген мақалдарды сол кездегі қоғамдық имиджі жоғары әрі байлардың оң бағаланған әлеуметтік тап болғанын растайтын тілдік репрезентанттар түрінде анықтауға болады. Мысалы, Абайдың әкесі Құнанбай Меккеге қажылыққа барған сапарында қажылыққа барған қазақтар тоқтайтын такия (қонақүй) салдырған. XIX ғ. -дың II жартысында Жетісудағы Маман бай, Батыс өлкедегі Мақан, Аппаз, Мырқы, Ырғыздағы Қуан бай, Арқадағы Қорамса, Хасен, Ахмет, шығыстағы Әбдікерім, Ұлтарак байлар қазақтың рухани өрістеуіне зор үлес қосып, қоғам үшін игі істер жасаған. Қажылық сапарға барып, қазақ даласында мешіт, медресе, мектеп салдырып, ислам дінінің кеңінен қанат жаюына атсалысқан. Байлар бұл әрекеттері арқылы өз тектілігін танытқан.

Қазақ байлықты Тәңірден деп түсінген. Сондықтан байлар Аллаһ Тағаланың сүйікті құлдарынан болуы үшін ағайын, туыс, бауырына, көрші-қолаңға, жұмысшыларына, ауылына, жекжат-жұратына қолұшын беріп, қарайласып отырған. Қазақта елдің құтына айналған бай ерекше құрметке бөленген. Мұндай байлар табысының он пайызын жылына бір рет халыққа таратып, елдің алғысын, Алланың сауабын алып отырған. Оны *шүлен тарату, байдың тасуы* деп атаған. Ел арасында оларды *Құтпан бай* деп атап кеткен. Бұл сол замандағы қазақтардың экономикалық санасының өте жоғары деңгейде болғандығының жарқын дәлелі.

Қазақ танымындағы байға деген көзқарасты Кеңес үкіметі өзгертті. Оларды қазақ санасына жағымсыз кейіпте жау қылып көрсетті. Меншігіндегі малының санына және құрамына байланысты байлар *шіріген бай* (мыңғырған ақтылы қой, есепсіз алалы жылқы айдаған, яғни дәулеті асып-тасыған), *дәулетті* немесе *ауқатты бай* (шамамен 1-3 мыңға дейін қой, жүздеген жылқы айдаған) сияқты категорияларға бөлінді. Байларды осындай әлеуметтік категорияларға жіктеу әсіресе, XIX ғ. екінші жартысы, яғни Патшалық Ресей отаршылдығының қазақ даласына дендеп енген кезеңінен мықты көрінеді. Себебі жері тарылған, малы кеміген осы кезеңде қазақ байларының санының күрт азаюы өз алдына, олардың бұрынғыдай ең шіріген дегендерінің өздеріндегі байлықтың символдары болып есептелінген жылқы мен қойдың басы бұрынғы орташа байдың меншігіндегі мал

басының санына шамалас болып қалды. Онымен қоса, патша режимінің жаңа низамы бойынша болыс билігі үшін салық алынды. Ә. Диваев бұл жөнінде: «Көшпенділерден қандай салық төлейтіндігін сұрағанымызда *түтін, жер, жол, әскер ұстауға, киіз үй көрмесіне және болыс шығыны* деген т.б. салықтарды тізбеледі. Неге соншалықты көп? дегенімізде оның сыртында *бай пұлын* да алады ғой деп жауап берді». Әрі қарай Ә. Диваев: «Бұл іс осымен де тынбайды – салық жинаушылар *квитанция* бермей, халықты бір алдаса, кейін *ауылнай* квитанциясы жоқтардан тағы да 50 копейка немесе 1 рубльден сыпырып алады.

Салық жинаушылардың кейбір артық алғанын жасыру үшін «пәленнің пәлен жылғы салығы түгелімен төленді» деп қана жазылған квитанция береді екен», – дейді [179]. Ол замандағы (XIX ғ.-дың соңы) орташа салық мөлшері 7 мен 12 рубль арасында, отбасылы жалшылар үшін 2-4 рубль болған. Тақыр кедейлер салықтан босатылған болса, байлар 15-40 рубль аралығында төлеп отырған.

XX ғ. 30-жылдарында жан-жақты жүргізілген «кеңестік қызыл қырғын» кезінде қазақ байлары жаппай қудалауға ұшырап, жекеменшігіндегі малдан айырылып, жер аударылып, қатты күйзеліске түсті. Осының салдарынан ғасырлар бойына қалыптасқан дәстүрлі құрылымның іргесі сөгіліп, қазақ шаруашылығын ұйымдастыруды жетік меңгерген басшы қазақтар күшпен жойылды [180]. Қазақ байларының бірсыпырасы бас сауғалап, өз атамекендерінен ауа көшті. Кеңестік идеология қазақ этносының әлеуметтік-экономикалық ерекшелігін ескермеді, ол кезде қазақ даласында капиталистік қатынастар толық дамымаған, ал байлар көбіне рулық-туыстық жауапкершілікті арқалаған тұлғалар еді. Марксистік теория бұл шындықты жоққа шығарып, барлығын бір өлшеммен қарастырды. Осының салдарынан байлардың қазақ қоғамындағы әлеуметтік топ ретіндегі мәні өзгеріске ұшырап, қазақ даласындағы шаруашылық құлдырауға түсіп, соның салдарынан дәстүрлі мал шаруашылығы орасан зор шығынға ұшырады. Көшпелі шаруашылықтың дәстүрлі ырғағы түбегейлі бұзылды. Қазақ жерінде аштық жайлауының да бір себебі осыған байланысты. Кеңестік үкімет байлардың жиған-терген малдарының арқасында бір елді асырап отырғанын білмеді. Филология ғылымдарының докторы, сыншы, ғалым Дандай Ысқақ: «Байлардың күнде қазан-қазан қылып асқан тамағынан бүкіл ауыл адамдары дәм татқан, қарын тойдырған. Одан өзге байлар руластарының қалың малын төлеп, қыз алып беріп, жер дауы, жесір дауы мәселелерін де шешіп отырған. Туындаған дауды уақытында шеше алмау, үлкен сын болған. Ал байдың малын баққан кедей еңбекақысын алып, қыстық соғымы мен жаздық ас-қатығын айырып отырған. Ал кеңес өкіметі сол қалыптасқан тепе-теңдікті бұзды. Аяғында халық ашаршылыққа ұшырап, тамақ іздеп, қаңғып кетті»-дейді [181].

Байырғы қазақ қоғамындағы байлардың дәулетін, қоғамдағы әлеуметтік орнын, мәртебесін күшейту мақсатында, дәстүрлі билік жүйесіндегі сөзінің өтімдігіне байланысты қазақта *бай баласы байбатша* деген атау қалыптасқан,

яғни *байбатша* – көшпелі аристократтардың атауының метафоралық когнитивтік образы.

Кеңестік саясат қазақ байларының байырғы қазақ қоғамындағы ел экономикасының өзегі ретіндегі қызметіне қанаушы тап деген теріс көзқарас қалыптастырды. Кеңестік үгіт-насихат құралдары (газет-журнал, мектеп, әдебиет, кино): байлар ашкөз, сараң, еңбекші халықты қанаушы ретінде суреттеді, ал кедейлер мен жұмысшылар әділетті, жаңа қоғамды құрушылар ретінде дәріптелді. *Ұжымдастыру, колхоздастыру* кезінде *бай-кулактармен* күрес басты ұран болды. Тәуелсіздік алғаннан кейінгі жаңаша көзқарастағы соңғы тарихи пайымдаулар *бай* ұғымының дәстүрлі сипатын тануды қайта қалыптастырды. Тәуелсіздікке дейін байлыққа жету көбіне жасырын, «ұятты» іс ретінде қабылданды. Тәуелсіздік алғаннан кейін нарықтық қатынастар қайта орнығып, жекеменшік заңды құбылысқа айналды. Бірақ қоғамдық санада әлі де кеңестік кезеңнің іздері сақталып отыр. Көпшілік байларды «әділетсіз жолмен баюшы» деп қабылдады. Қазіргі кезеңде жаңа кәсіпкерлер тобы қалыптасты. Байлыққа деген көзқарас амбивалентті сипатқа өтті. Бір жағынан – құрмет, екінші жағынан – күдік пен сын.

Төменде кестеде «бай» лексемасының дәстүрлі және заманауи модустарда семантикасы кеңестік кезеңде жарық көрген және тәуелсіздік алғаннан кейін шыққан үлкен энциклопедиялық еңбек пен түсіндірме сөздіктердегі лексикографиялық өрістері негізінде беріліп отыр.

Кесте 3 – «Бай» лексемасының этнографиялық және лексикографиялық еңбектерде берілуі

Дәстүрлі-мәдени тарихи кезең	Кеңестік кезең	Тәуелсіздік кезеңі
1	2	3
«Қазақ этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі» Энциклопедия. – Алматы, 2017. – 5 Т. П-Я. – 128-129 бб.	Он бес томдық Қазақ әдеби тілінің сөздігі. – Алматы, 2011. – 13 Т. С-Т. – 18-19 бб.	Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі. – Алматы: Ғылым, 1985. – 8 Т. – 2011 б.
Бай – байырғы қазақ қоғамындағы дәулетті адам; қоғамда айтарлықтай орны бар, төрт түлік мал жиған, жекеменшіктің, ауқатты шаруашылықтың иесі әрі ұйымдастырушысы. Байлар шаруашылығында мал отарының көлеміне қарай түйеші, жылқышы, бақташы, шопан сияқты малшылар қызмет еткен.	з а т. Э т н. 1. <i>Дәстүрлі қазақ қоғамындағы дәулетті әлеуметтік жік өкілі. Жалпыхалықтық ұғымда бай – есепсіз төрт түлік жиган мал иесі немесе ата-бабадан қалған байлықтың мұрагері.</i> Абаш б а й д ы н үйіндегі бір бөлме. Екі жақта екі есік, терезенің екі арасында үлкен айна.	зат. 1. <i>Еңбекші кедей, жалшы-малшының еңбегін қанау арқылы жекеменшігіне көп мал-мүлік жинап алған қазақ ауылындағы феодал.</i> Әкем ауылдағы б а й атаулыға мейлінше жаны қас еді (Көбеев) 2. <i>Әйелдің ері, күйеуі.</i> 3. <i>Құнарлы шөбінен майы тамған жер.</i>

3-кестенің жалғасы

1	2	3
<p>Мал иесі малшыға тамағы мен киімін беріп, ақысын малмен өтеген. Байдың үйі қой сойған жағдайда мойын еті мен қабырғасынан қойшыға сыбаға қалдырған. Малшылардың әйелдері Бай үйінің шаруашылығына көмектесе, бала-шағасы қозы бағу сияқты шаруаларға араласқан. «Бай» ұғымы ауқатты адамдарға байланысты қолданылады. Барлық шаруашылық байдың қолында болады. Бай шаруашылықты өзінің мол тәжірибесіне сүйеніп, маңайындағы басқа ауыл ақсақалдарымен кеңесе отырып жүргізді. Дау-дамай, соғыс-қақтығыс кезінде қолдау табу мақсатында маңайына туған-туыстарын жинауға тырысқан.</p>	<p>Айнаның алдында үлкен үстел (Ж.Аймауытов, Шығ.). 2. Қазіргі қоғамдағы ортақол дәулетті немесе ауыр дәулетті әлеуметтік топ. Б а й л а р с ы з және бизнесмендердің қорғалған жігінсіз біз кедейшілікті еңсеріп, елді көтере алмаймыз («Егемен Қазақстан»). Атақты [бетке ұстар] бай. Аса дәулетті, сонысымен жұртқа танымал бай. Бай бастас, батыр қандас, би құрақтас. Э т н. Өзара пікірлес, теңдес деген мағынадағы сөзқолданыс. Бай бетке қонды. Жайлы жерге қоныстанды деген мағынада. Бай болған бақырып бола ма екен! Сөйл. Болған кісі өзін-өзі даурығып көрсете ме? Байдың құйыршығы. Ж а ғ ы м с ы з. Байдың жоғын жоқтаушы, байды жақтаушы. Сасық бай. Байлығының қызығын өзі де көрмейтін, өзгеге де бермейтін сараң, нас бай. Шіріген бай. Байлығының шегі жоқ, жұрттан асқан бай.</p>	

Дәстүрлі модусқа қатысты «Қазақ этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі» энциклопедиясында *байдың* дәстүрлі модустағы анықтамасы берілген. Ал Онбестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» *байдың* екі модустағы да мағынасын айқын көруге болады, екеуі де берілген. Мұндағы бірінші мағына дәстүрлі модустағы байдың мағынасын анық көрсетіп тұрса, осы онбестомдықтағы бай сөзінің семантикалық өрісіндегі екінші мағына қазіргі қоғамдағы *ортақол дәулетті* немесе *ауыр дәулетті* әлеуметтік топ деген заманауи модустағы бай сөзінің мағынасын білдіріп тұр. Ортақол деген орта тап дегенді білдіреді. Қазіргі нарық заманындағы қоғамның құрылысында орта тап өкілдерінің саны мейлінше көп болған сайын сол қоғам экономикалық тұрақтылыққа қол жеткізеді. Міне, осы мағына көрсетіліп тұр. Ал кеңестік кезеңдегі *бай* сөзінің дефинициясынан оның стагнацияға ұшырағанын айқын

көреміз. Оның экономикалық контентінің аздығын немесе оның теріс мағына алғанын байқауға болады. Жалшы еңбегін қанаушы ретінде көрсетілген.

Кеңестік кезеңде шыққан онтомдық «Қазақ тілінің түсіндірмелі сөздігінде» *бай* сөзінің мағынасы оминимімен бірге бір семантикалық өрісте беріліп кеткен. Ал әйел адамның ері, күйеу деген мағынасы тәуелсіздік кезеңде оминим ретінде бөлек шығарылған. Одан кейін *бай* сөзінің семантикалық тіркесімдік өрісінде кеңестік кезеңде ешқандай тіркестер көрсетілмеген. Ал тәуелсіздік кезеңде оның оң мағынасы да айқын көрініп тұр. Мысалы, *атақты бетке ұстар бай; бай бастас; батыр қандас, би құрақтас* деген сияқты тұрақты тіркестері оң сипатта берілген. Демек бұл деректер ежелден қазақ ұлтының экономикалық санасында тек жағымды семантикаға ие болған, алайда кеңестік идеологияның әсерінен теріс сема шапталып кеткен қазақ тіліндегі дәстүрлі лексемалардың тәуелсіздік алғаннан кейінгі жылдары мағынасы қайта жаңғырғанын айқын көрсетеді.

Қазіргі таңда қазақ тіліндегі бай сөзі көбіне *кәсіпкер, бизнесмен, компания иесі, олигарх, миллионер* сынды ұғымдармен қатар қолданылады. Мәселен, «байдың» прототипі *бизнесмен* бейнесінің қалыптасуы – посткеңестік кеңістіктегі әлеуметтік стереотиптердің бірі ретінде танылды. Кеңестік кезеңде бизнесмен бейнесі көбіне жағымсыз сипатқа ие болды. Кәсіпкерлік қызмет ар-ұяттан ада, алаяқтықпен, жемқорлықпен және қылмыстық әлеммен байланыстырылды. Бұл ұғымдарға қатысты қалыптасқан лексикалық бірліктер де жағымсыз стилистикалық реңкте болды. Мысалы, *коммерсант, алыпсатар, ақшаның құлы* сынды метафоралық тіркестер бизнесмен бейнесін теріс сипаттауға қызмет етті. Бұл көзқарас әлі күнге дейін аға буын өкілдерінің көпшілігінің тілдік санасында сақталып келеді. Олар үшін бизнес пен қылмыс ұғымдары арасында семантикалық шекара толық ажыратылмаған, алайда жаңа буын өкілдерінің дүниетанымында бұл ұғымның мазмұны түбегейлі өзгеріске ұшырады. Қазіргі 20-35 жас аралығындағы жастардың көпшілігі бизнесменді – *табысты, білімді, креативті, батыл, жауапкершілігі жоғары тұлға* ретінде қабылдайды. Бұл ұғымға қатысты тілдік қолданыстарда да жағымды сипаттағы сын есімдер мен бағалауыш сөздер басым: *зерек, интеллектуалды, жоғары IQ-ге ие, батыл, тәжірибелі, кәсіби* т.б. [182].

Нарықтық экономика, кәсіпкерлік мәдениет, әлеуметтік жауапкершілік сияқты ұғымдардың күшеюімен байланысты *бай* сөзінің ұлтаралық, әлеуметтік және мәдени репрезентациясы да күрделене түсті. Қазіргі экономикалық жүйеде байлық ең алдымен қаржылық активтердің, жылжымайтын мүліктің және кәсіпкерлік ресурстардың жиынтығы ретінде сипатталады. Бұл – нарықтық экономиканың тікелей ықпалынан туындаған объективті өлшем. Мәселен, *Forbes Kazakhstan* рейтингінде жыл сайын жарияланып отыратын миллиардерлер тізімі – материалдық байлықтың ресми индикаторы ретінде қабылданады. Қалалық ортада бай ұғымы көбінесе элиталық тұрғын үй, жоғары класстағы автокөлік (мысалы, *Lexus, Mercedes-Benz*) және шетелдік бизнес үлестерімен ассоциативті түрде байланысады. Тілдік репрезентациясында бұл құбылыс *қалталы азамат, миллионер кәсіпкер, іскер тұлға* сияқты номинациялар арқылы көрініс табады. Бұл тіркестер дәстүрлі қазақ тіліндегі дәулетті, бай-бақуатты сөздерінің қазіргі

замандағы семантикалық трансформацияланған нұсқалары ретінде қарастырылады. Қазіргі таңда бұл ұғым адамның қоғам алдындағы жауапкершілігімен де тығыз байланысты. Бұл бағытта *әлеуметтік жобаларға қолдау көрсету, қайырымдылық акцияларына қатысу, ауыл-аймаққа инвестиция салу* сияқты әрекеттер негізгі индикаторлар ретінде көрініс табады. Мәселен, кәсіпкерлер тарапынан мектеп, мәдениет үйі, мешіт салу сияқты қоғамдық игілікке бағытталған істер адамның байлығын әлеуметтік капиталмен байланыстырады. Тілдік тұрғыда бұл репрезентация *жомарт азамат, ел қамын ойлаған тұлға, қайырымды кәсіпкер* сияқты сөз тіркестерімен беріледі. Мұндай атаулар, бір жағынан, дәстүрлі қазақ қоғамындағы *асар, жылу жинау* секілді ұжымдық әрекеттердің қазіргі заманғы жаңғырығы іспетті. Сонымен қатар, бұл түсінік азаматтық қоғамның нығаюы мен әлеуметтік жауапкершілік идеологиясының күшеюіне де ықпал етті.

Қазіргі заманда *интеллектуалдық капитал* да экономикалық табыстың маңызды көзі. Мәселен, технопарктерде жұмыс істейтін *IT мамандар, стартап иелері, ақылды қалалар жобасының қатысушылары* – дәстүрлі бай адамдар емес, бірақ жаңа экономика жағдайында маңызды функция атқарады. Қазақстанда «Astana Hub» сияқты *инновациялық экожүйелердің* пайда болуы білімді жастардың стартаптар арқылы табысқа жету мүмкіндігін арттырып отыр. Бұл өз кезегінде байлықтың қазіргі жаңа өлшемі, яғни рухани-танымдық байлықтың экономикаға кірігуі. Сонымен қатар кейінгі жылдары қазақстандық кәсіпкерлердің арасында қайырымдылық пен әлеуметтік инвестициялар трендке айналды. Мысалы, «VI Group» құрылыс компаниясы түрлі әлеуметтік жобаларға (мектеп салу, медицинаға қолдау, үймен қамтамасыз ету) қаржы бөледі. Кәсіпкер – Т. Алағөзов қызметкерлеріне 100 жаңа пәтер сыйлады. Бұлардың барлығы да қазіргі *жауапты капитализмнің* көрінісі. Мұндай әрекеттер байлықтың жай ғана жинау емес, оны қоғам игілігіне бағыттау керектігін көрсетеді. Осы тұрғыда қазіргі бай адам – *көшбасшы, инвестор, меценат* ретінде қабылданады. Бұл құбылыс – тілдік жүйенің қоғамдағы әлеуметтік-экономикалық трансформацияларға бейімделіп, шынайы өмірлік шындықты бейнелеу қабілетін көрсететін маңызды репрезентативтік тетік.

Қазақ халқы бақ пен байлық, дәулетке кенелу үшін кәсіп еткен. Дәстүрлі қазақы ортада қол еңбегімен айналысып, қосалқы табыс табу мақсатында белгілі бір материалдық құндылықтар өндірудің түрі, яғни дәстүрлі қазақ қоғамында кәсіп ұғымы адамның шеберлігіне, еңбекке деген қабілетіне және қоғамдағы орнына тікелей байланысты болды. Көшпенді қазақ қоғамында кәсіп түрлері негізінен қосалқы табыс көзі ретінде қарастырылғанымен, олардың әлеуметтік беделге ықпалы зор болады. Киім-кешек, шаруашылық құралдары, ер-тұрман, зергерлік бұйымдар, ағаш және тері бұйымдары көбіне отбасылық қажеттілікке қарай өндірілді [183]. Мұндай жағдайда жеке адамның ептілігіне, шеберлігіне қарай жасалған заттардың сапасы әр түрлі болатындығы белгілі. Осыған байланысты қолы епті, шебер адамдар негізгі шаруашылығымен қоса, жеке тапсырыс бойынша, ақылы түрде, сапалы материалдық құндылықтарды өндіруді кәсіп қылған. Мысалы, *ер-тұрман, зергерлік бұйымдар, бірқиер салтанатты*

киім тігу, ыдыс-аяқ жасау ертеден қалыптасқан кәсіп түрлеріне жатады. Ондай адамдарды ел арасында айналысатын кәсібіне қарай *етікші, ерші, үйші, зергер, күмісші* тағы басқа атаулармен атаған. Әдетте, қол еңбегімен оның ішінде ерекше дарын мен шеберлікті талап ететін еңбекті кәсіп қылғандар ел ішінде құрметке, қошеметке бөленген сыйлы адамдар болған. Ондай адамдарға алыстан арнайы іздеп келіп тапсырыс беретін жайлар жиі кездесіп отырған. Әйгілі *ершілер, зергерлер, үйшілер* ел арасында танымал болып, әсіресе қыз жасауын топтастырып жинағанда, арнайы шақырылып, сәнді салтанатты бұйымдарды қымбат бағаға, ауылда айлап жатып істеген. Қоғамда кәсіппен айналысқан адамдардың қаншалықты сый-сияпатқа бөленгендігін *шеберлікте шек жоқ; шебер қол шет қалмайды; ерінбеген етікші; қара суда қаймақ жоқ, қас шеберде оймақ жоқ; ұстамен жақын болсаң ісің бітеді; ұсталы ер озар, ұстасыз ел тозар* сынды мақалдар мен мәтелдерден байқауымызға болады [184].

XIX ғасырдың екінші жартысынан бастап ақшалай-заттай сауда түрлерінің қалыптасуына, қоғамдық қатынастардың күрделенуіне байланысты бірегей шеберлікті, мамандандырылуды талап ететін кәсіп түрімен айналысу қосалқы табыс түрінен бірте-бірте негізгі табыс көзіне айналды [185]. Кәсіп осы уақыттан бастап, қолмен істелетін материалдық құндылықтарды өндірудің төл атауына айналды. Сонымен бірге, аталмыш кезеңде кәсіп ұғымының ауқымы тұрақты материалдық өндіріс саласын ғана емес, маусымдық, науқандық қарекеттерді де қамтитын болды. Сондай-ақ, заманауи талаптарға сай туындаған халыққа қызмет көрсету саласында – *қасапшылық, бақалшылық, кірешілік, делдалдық, қайықшылық, арбакештік, оташылық, емішілік* сияқты материалдық құндылықтарды өндірмейтін кәсіп түрлері пайда болды. Кәсіпшілікпен айналысқан адамдар дәстүрлі әлеуметтік ортадан өздерінің біліктілігімен, шеберлігімен, қажымас қайраттылығымен ерекшеленгендігін атап өту қажет. Егін шықпай қалу немесе жұт болған жағдайда аталмыш әлеуметтік жіктің өкілдері қиындыққа мойынсынбай *балық аулау, тұз өндіру* һәм *тарту* немесе қолөнер кәсіпшілігімен айналыса беретін. Осыған байланысты ел арасында *кәсіп түбі несін; кәсібі бардың несібі бар; кәсібі бөлектің несібі бөлек; диқан жерін мақтайды, балықшы көлін мақтайды, кәсіпкер кенін мақтайды; шебер қол шет қалмайды; қолың ұста болсын, сөзің қысқа болсын; жаман іс жоқ, жаман ісші бар; етікшіні балға мен бізі асырайды, егіншіні кетпеннің жүзі асырайды* [186] деген сияқты мақалдар мен мәтелдер сақталған.

Қазіргі Қазақстанда кәсіп ұғымы бұрынғыдан әлдеқайда күрделі және әртараптанған жүйеге айналды. Ресми деңгейде *кәсіпкерлік* термині кең қолданылып, *шағын және орта бизнес* саласының дамуына мемлекеттік қолдау көрсетілуде. Бұл ретте дәстүрлі шеберлік пен қолөнер элементтері де қайта жаңғырып келеді. Қолөнер көрмелері, этнофестивальдер мен туризм саласында халықтық кәсіпке деген қызығушылық арта түсті. Мысалы, Алматыдағы «Этно-Fest» көрмесінде қолөнер шеберлері – ерші, зергер, киіз басу шеберлері өз бұйымдарын нарықтық талаптарға сай ұсынып жүр. Сонымен қатар, кәсіп ұғымының қазіргі көрінісі тек материалдық өндіріс аясында ғана емес, интеллектуалды, цифрлық және креативті экономиканың да шеңберін қамтиды.

«Freelance» платформаларында жұмыс істейтін бағдарламашы, дизайнер, копирайтерлер қазіргі замандағы кәсіп иелері ретінде қалыптасып келеді.

Дәстүрлі кәсіп түрлері мен қазіргі кәсіпкерліктің арасында сабақтастықпен қатар, түбегейлі үзілістер де байқалады. Сабақтастық – қолөнер, ұлттық тағам, киіз үй бұйымдарын жасау, зергерлік өнер арқылы көрінсе, үзіліс – кәсіптің әлеуметтік маңызы мен бағалануының өзгеруімен айқындалады [187]. Бұрын кәсіп шеберлік пен қоғамдық құрметке ие болудың жолы болса, бүгінде кәсіп көбіне табыс көзі мен экономикалық өзін-өзі қамтамасыз ету құралы ретінде қарастырылады. Бір сөзбен айтқанда, дәстүрлі қазақ қоғамындағы кәсіп ұғымы – тек экономикалық емес, сонымен бірге әлеуметтік, мәдени, моральдық өлшемге ие феномен болды. Қазіргі Қазақстанда бұл ұғымның мазмұны кеңейіп, жаһандану және цифрлану аясында жаңа сипатқа ие болуда, дегенмен кәсіптің түпкі мәні – еңбекке деген құрмет пен қоғам игілігіне қызмет ету – әлі де өзекті. Сондықтан тарихи-этнографиялық негіздегі кәсіпті қазіргі экономикалық даму үдерістерімен ұштастыру – қазақ қоғамының рухани жаңғыруының маңызды бір қыры болып табылады.

Қазақ халқының дәстүрлі шаруашылығы мен мәдениеті малға байланысты қалыптасқандықтан, *мал сою* мен *ет өңдеудің* ережелері, жосын-жоралғылары ғасырлар бойы шеберлік пен тәжірибеге негізделді. Осындай күрделі рәсімдердің орталық тұлғасы – *қасапшы*. Дәстүрлі ортада екіншісі біріншісі мал союды білгенімен барлығы дерлік қасапшы деп аталмаған. Мал сою ісін жетік меңгерген, аса тәжірибелі адам ғана қасапшы болып саналады, өйткені, төрт-түлік ішінен *сойыс малы* деп таңдап алынған малды сойып, оны жіліктеуге дейінгі аралықтағы атқарылатын үрдістер тек мал сою шеберлігін толық меңгерген адамның ғана қолынан келген [188].

Қасапшы – мал союды жетік меңгерген адам, маман. Дәстүрлі ортада соғымға ірі қара сойылатындықтан, оған міндетті түрде қасапшы шақырылады. Қасапшылар малды сойғанда әр жілікке тиесілі етті біріне-бірін ауыстырмай, пышақты буынға дәл салып, жіктерін асқан шеберлікпен ажырата біледі. Олар кез келген сүйекті балталап шаппай, өткір пышақпен бұзып, жіліктегенде сүйек сынықтары араласпай ет таза болады. Қасапшы әр түліктің ерекшелігіне сай белгілі бір сою әдістерін қолданып, кез келген малдың етін оның терісінің үстінде-ақ жәукемдеп, жіліктей салады. Қасапшының шеберлігі, әсіресе жылқы қазысын тілу кезінде байқалады, өйткені қазының етегіне қарап, қанша қазы шығатындығын жобалай білу, соған сай қазының майын ыдыратпай, езгілемей әр қабырғаға шақтап шығару тек қасапшының қолынан келеді. Соғым иесі қасапшының қолын құры қайтармай бір асымдай ет береді. Мұны *қолкесер* деп атайды. Дәстүрлі ортада қасапшылардың тағы бір көзге түсетін жері құрбандық шалу, дүбірлі тойлар мен ас беру сынды жиындары болған, өйткені мұнда сойылатын мал шектен тыс көп болатындықтан қасапшылардың қажеттілігі артқан. Аталмыш іс-шаралар кезінде қасапшыларды алдын-ала адам жіберіп арнайы алдырған халық арасында *қасапшыға мал қайғы, қара ешкіге жан қайғы; қасапшыға мал берсең, қолы қышиды; қасапшыға түскен қойдың жаны жоқ* деген аталы сөздер сақталған.

Қасапшылық – тұрақты түрде малды союды кәсіпетушілік. Қазақы ортада мал союды жетік меңгерген адамды қасапшы дейді. Мұндай қасапшылардың кейбірі мал базарларында өзге адамдардың малын сойып беріп, сондай-ақ, өзі де мал сойып, сатуды кәсіп етті [189]. Аталмыш кәсіппен айналысу ХІХ ғ. мен ХХ ғасырда арта түсті, өйткені қасапшылар малды сатып алып, сойып, өз дүкендерінде тұрып сатудың пайда түсіріп отырды.

Қазіргі таңда қасапшылық қызмет тек ауылдық жерде емес, қалалық ортада да жоғары сұранысқа ие. Халал стандарттарына сай мал сою, санитарлық талаптардың орындалуы, сертификатталған өнім өндіру – кәсіби қасапшылардың жауапкершілігі артқанын көрсетеді. Сонымен бірге бұл салада бәсекелестік те жоғары. Қаладағы ірі сауда желілері мен базарларда жұмыс істейтін қасапшылар енді тек шебер ғана емес, ет сапасын танитын *сарапшы*, тұтынушымен коммуникация орната алатын қызметкер, кейде тіпті *маркетолог* қызметін қатар атқарады. Мемлекеттік стандарттар, ветеринарлық талаптар, технологиялық құрал-жабдықтар қасапшылықтың кәсібиленуіне және ресмиленуіне негіз болды. Көптеген колледждер мен оқу орындарында *мал дәрігері*, *мал союшы*, *ет технигі* сияқты мамандықтар пайда болды. Бүгінгі күні дәстүрлі қасапшылыққа қатысты салттар – *жіліктеу*, *қолкесер*, *кәделі мүшелерді бөлу* көбіне рәсімдік сипат алып барады. Алайда ауылдық жерлерде бұл дәстүрлер әлі күнге дейін сақталған. Сонымен қатар қасапшының мәдени бейнесі әлі де құрметті, сенімге ие тұлға ретінде қалып отыр. Дегенмен, қалалану (урбанизация), тұтынушы санасының өзгеруі, етті шетелдік өңделген өнімдермен алмастыру тенденциясы – дәстүрлі қасапшылық мәдениетіне қауіп төндіріп отыр. Сондай-ақ, санитарлық талаптардың бұзылуы, бейресми қасапшылардың көбеюі де сын-қатер тудырып отыр.

Иші (теріші) – қазақ халқының дәстүрлі қоғамында тері илеумен кәсіби түрде айналысқан, қолөнердің бұл саласына терең бейімделген маман [190]. Бұл атау, көбіне, *былғары өңдеудің* барлық сатысын – *иші теріні* алғашқы өңдеуден бастап, дайын бұйым жасап шығуға дейінгі кезеңдерін игерген және осы салада ерекше тәжірибе мен шеберлікке жеткен адамды білдіреді. Ертеде әр қазақ отбасында өз қажетіне жарайтын тері бұйымдарын жасау үшін қарапайым *илеу* әдістері қолданылғанымен, сапалы былғары мен күрделі бұйым жасау кәсіби ишілердің (тері шеберлерінің) қолынан ғана келген. Әсіресе, *бағалы аң терілері*, *қозы-лақ елтірісі*, *қоңыр аң терілері* мен *ірі қара мал терілерін илеу* – көп тәжірибе мен нәзік технологияны талап еткен. Осыған байланысты, дәстүрлі қоғамда тері өңдеудің шеберлік деңгейі жоғары дамып, арнайы кәсіп иесі ретінде ишілердің әлеуметтік мәртебесі де артқан.

Тері илеу барысында қолданылатын *и* (теріге жағылатын ерітінді) мен *малма* (тері батыратын сулы ерітінді) әр ишінің тәжірибесіне және өңделетін терінің түріне байланысты арнайы дайындалған [191]. Бұл құрамдардың жасалу тәсілдері мен реттік ережелері шебердің кәсіби құпиясы ретінде сақталып, ұрпақтан-ұрпаққа беріліп отырды. Қазақтың қолөнерінде *тері илеу* әдістері табиғи экологиялық шикізаттарға негізделген: өсімдік тұнбалары, майлар, күл мен ашытқы сияқты заттар кеңінен қолданылған. Көшпелі тіршілікке

бейімделген қоғамда теріден дайындалған бұйымдар тек тұрмыстық қажеттілік емес, әлеуметтік-мәдени рәміздік мәнге де ие болған. Мысалы, *көннен ертұрман, күзем елтіріден сәукеле, жарғақтан кебіс, қайыстан ноқта, айыл сияқты бұйымдар жасалған*. Бұл заттар адамның жасына, әлеуметтік дәрежесіне, тұрмыс деңгейіне қатысты белгілі бір мағына жүктеген.

XX ғасырдың басында ірі қалаларда былғары илеумен кәсіби түрде айналысқан қазақтар саны арта бастағаны байқалады. Соған орай, теріші, ысшы, қайысшы, былғарышы сынды маманданған шеберлер қалыптасты. Бұл мамандар тек ауылдық деңгейде емес, *базар, жәрмеңке, қала кәсіпшілігінде* де сұранысқа ие болды. Бұлар өндірістік үдерісті терең меңгеріп, жеке шеберхана немесе отбасылық кәсіп түрінде тері өңдеумен айналысты. Қазіргі қазақ қоғамында *тері илеу* және одан *бұйым жасау* – бұрынғыдай жаппай қолданылатын кәсіп емес. Дегенмен, бұл дәстүрлі кәсіп түрі мәдени мұра ретінде, сондай-ақ шеберлік мектебі мен сәндік-қолданбалы өнер шеңберінде өзектілігін сақтап келеді. Дегенмен, ұлттық сән үлгісіне деген сұраныс пен этно-мәдени ренессанс аясында теріден бұйым жасауға қызығушылық артып келеді. Заманауи дизайнерлер мен қолөнершілер дәстүрлі тері илеу техникасын жаңғыртып, оны қазіргі заманға лайықтап қайта өңдеп жүр. Бұл ретте, тері өңдеу тек шеберлік үлгісі ғана емес, ұлттық кодты сақтаудың маңызды құралына айналып отыр.

Қазақтың дәстүрлі қоғамдық құрылымында жол қатынасы мен жүк тасымалы, ресми байланыс жүйесі арнайы ұйымдастырылған кәсіп иелерінің қызметі арқылы жүзеге асты. Осындай маманданған тұлғалардың бірі – *атжәмші* (немесе жәмші, делбеші, көшір). Бұл атау көшпелі өркениетке тән көлік жүйесінің ұйымдастырылуы мен басқарылуында маңызды рөл атқарған мамандықты білдіреді.

Атжәмші – жолаушы, жүк немесе ресми хат-хабар тасуға арналған көлік құралын (көбіне арба) айдаушы және оған жегілген аттардың күтіміне жауап беретін адам. Ол тек көлік жүргізушісі емес, сонымен бірге күш-көліктің жағдайын бақылаушы, сапардың қауіпсіздігін қамтамасыз етуші де болған. Атжәмшілер хандық дәуірде, сондай-ақ кейінгі Ресей отарлық кезеңінде де лауазымды адамдарды бекеттен бекетке жеткізуді жүзеге асырып, пошталық, жеделхаттық қызметтерді де атқарған. Атжәмшілік қызметпен қатар қазақ қоғамында жол қатынасына байланысты *жәмшік тарту, лау тарту, көшірлік, арбакештік* сияқты маманданған кәсіптік формалар қалыптасқан. Бұл атаулар бір-бірінен қызметтік бағыттары мен қолданылған көлік түрлеріне қарай ерекшеленген:

– атжәмші, жәмшік – ресми жолаушы, жүк тасымалдау, хат-хабар жеткізу міндеттерін атқарған арба айдаушы;

– лаушы – бір бекеттен екінші бекетке дейін лауазымды тұлғаны жеткізетін көлік айдаушы. Лау – бұл мақсатқа арналған ат не жеңіл арба;

– арбакеш – қала мен ауыл арасында сауда және шаруашылық жүктерін тасымалдаған адамдар тобы. Мұндай кәсіби бөліністер қазақ қоғамында көлік қызметінің құрылымданған, жүйелі сипатта болғанын көрсетеді.

Атжәмші сөзі тарихи-лингвистикалық тұрғыдан «йам» сөзінен туындайды. Түркі халықтарында «йам» – керуен жолындағы пошта қызметі мен бекеттерді білдірген. Бұл сөз қазақ тілінде дыбыстық ауыстыру нәтижесінде «жәм» формасына ие болып, одан әрі жәмші, атжәмші формасында кең таралған [192]. Осы түбірден орыс тіліндегі «ямщик» сөзі де қалыптасқан [193]. Бұл дерек – қазақ және жалпы түркі халықтарының пошта, көлік қызметінің көне кезеңдерде-ақ жүйеленгенін және оның еуропалық мәдениетке ықпал еткенін дәлелдейді.

Атжәмшілік институты белгілі бір дәрежеде моңғол жаулап алушылығы кезеңінде нығая түскені байқалады. Моңғол тіліндегі «жам» сөзі – «жол» мағынасын білдірсе, бұл түсінік Алтын Орда дәуірінде де орнықты [194]. Орыс жерінде «ям» деп аталған бекеттер мен тасымал жүйесі де осы кезеңде түркілік үлгілер негізінде қалыптасқан. Бүгінгі таңда «атжәмші» атауы көнерген, тарихи-мәдени лексика қатарына жатады. Оның мәні мен мазмұны заманауи қазақ қоғамында тікелей сақталмағанымен, қызметтік және технологиялық тұрғыдан ұқсас кәсіби салалармен сабақтастығын көруге болады. Мысалы,

Кесте 5 – Салыстырмалы талдау

Тарихи қоғам	Қазіргі қоғам
Атжәмші – ресми немесе бейресми көлік қызметін көрсететін адам	Көлік жүргізушісі (шофер), курьер, жүк тасушы, пошта қызметкері
Лау, лау тарту – мемлекеттік хат-хабар, шенеунік тасымалдау	Қоғамдық көлік қызметі, арнайы тасымалдау құралдары (сервистік көліктер)
Арбакеш – тұрмыстық жүк тасымалдаушы	Такси жүргізушісі, жүк көлігін жүргізуші, логистика қызметкерлері
Керуенбасы – жол мен табиғи жағдайды білетін, жергілікті тәжірибелі бағыттаушылар	жол полициясы қызметкерлері, GPS, картография, диспетчерлік қызметі

Қазіргі көлік, пошта және логистика салалары автоматтандырылған, технологиялық жүйеге негізделгенімен, оның бастауында көшпелі өркениетке тән күш-көлік пен адам еңбегіне сүйенген құрылымдар жатқаны айқын. Бұл тұрғыда атжәмшілік қызмет – қазақ халқының көлік қатынасын ұйымдастырудағы тарихи тәжірибесін, жол мәдениетін және басқару жүйесінің дамуын бейнелейтін этнотарихи феномен ретінде құнды, себебі атжәмші – көшпелі қазақ қоғамындағы ресми көлік пен жол қатынасына қатысты маманданған кәсіп иесі ретінде қоғамдық-әлеуметтік құрылымда ерекше орын алған тұлға. Бұл ұғымның мазмұны заманауи көлік, пошталық және логистикалық жүйелердің архетипі ретінде де қарастыруға болады. Қазақ этнографиясындағы атжәмшілік институты – мәдени-тарихи маңызы зор, ұмыт бола бастаған, бірақ зерделеуді қажет ететін кәсіби-тарихи құбылыс.

Сонымен қатар XIX ғасырдың екінші жартысынан бастап ақшалай-заттай сауда түрлерінің қалыптасуына, қоғамдық қатынастардың күрделенуіне байланысты бірегей шеберлікті, мамандандырылуды талап ететін кәсіп түрлері қалыптасты. Соның бірі – *кіреші*.

Кіресі / кірекеш – дәстүрлі қазақ қоғамында сауда керуендеріне жалданып, жүк тасымалдаумен айналысқан кәсіп иесі. Бұл кәсіп иелері, негізінен, түйе шаруашылығына бейім, көлікке жарамды малы (түйе, жылқы) бар, тәжірибелі ауыл тұрғындары арасынан шыққан. Олар жүк тасымалдаудың қауіпсіздігін қамтамасыз етіп, керуен жолдарының бойындағы елді мекендерден сауда және шаруашылық байланыстарды қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарған. Көне дереккөздерде оларды *түйекештер* деп те атаған, себебі жүктің негізгі бөлігі түйемен тасымалданатын [195]. Кіресілікпен айналысу үшін кәсіп иесінің жеке малы, әсіресе *атан түйесі* немесе *арбасы* мен оған қажетті әбзелдері болуы шарт болған. Бұл кәсіппен айналысатын адамдар тек физикалық күш пен материалдық жағдайға ғана емес, сондай-ақ, ел мен жердің жағдайын жақсы білетін, табиғи бағдарлау мен күн райын болжай алатын, жершілдік қабілеті жоғары, тәжірибелі тұлғалар болуы тиіс болды. Көп жағдайда олар түнгі аспанға, жұлдыздарға қарап жол таба білетін, табиғи белгілер арқылы бағыт бағдарлай алатын *жершіл, жұлдызшы, күн райын болжаушылар* ретінде де ерекшеленген. Кіресілер мен көпестер арасындағы қарым-қатынас құқықтық және келісімшарттық сипатта болған. Н. Гродековтың дерегіне сүйенсек, *көпестер керуенбасы* арқылы немесе тікелей кіресімен өз қазыналарын тасымалдау туралы алдын ала жазбаша келісім жасасқан [196]. Бұл келісімде жүктің саны, жететін жері, уақыты және тасымал ақысы нақты көрсетіліп, мөр басылған құжатпен расталуы тиіс болған. Мұндай ресми құжат болмаса, жүк жоғалған жағдайда шығын өтелмейтін болған. Бұл кіресілердің өз ісіне жауапкершілікпен қарағанын және сауда-экономикалық қатынастардың белгілі бір құқықтық регламентпен реттелгенін көрсетеді. Осыған байланысты халық арасында *кіресінің күні – жолда, түні – жорықта; кіресіден қалған көлік – мүлік болмас; кіресінің көргені – бейнет, жеткені – зейнет* деген сияқты мақалдар мен мәтелдер кең тараған.

Енді осы кіресілер қарым-қатынас орнатқан көпестер кім дегенде, олар – қазақ қоғамының әлеуметтік-экономикалық құрылымына, отарлық кезеңдегі өзгерістерге және кәсіпкерлік сана мен нарықтық қатынастардың дамуына ықпал еткен тұлғалар.

Көпес – қазақ тіліндегі *саудагер* ұғымының орыс тілінен енген баламасы. Көпестік институт қазақ қоғамында сауда-экономикалық қызметтің ерекше формасы ретінде қалыптасып, тілдік бірліктер арқылы ұжымдық сананың маңызды элементіне айналды. Қазақ қоғамының экономикалық құрылымында көпестердің рөлі ерекше орын алды. XIX ғасырдың екінші жартысынан бастап көпестік институт отарлық әкімшілік пен нарықтық қатынастардың әсерінен кең етек жайды. Бұл үдеріс қазақ тіліндегі лексикалық жүйеге де ықпал етіп *көпес, саудагер, керуенші, сатушы* тәрізді ұғымдардың семантикалық өрісін кеңейтті. Бұл атау XIX ғасырдың екінші жартысынан бастап Ресей империясының экономикалық, саяси және мәдени ықпалының күшеюімен бірге қазақтың қоғамдық-әлеуметтік лексиконына енді. Алғашқыда *көпес* сөзі қазақ даласында Ресейден келген орыс, татар саудагерлеріне қатысты қолданылғанымен, кейінірек бұл кәсіпке жергілікті халықтың да өкілдері араласа бастады [158, 216].

XIX ғасырдың соңына қарай қазақ арасында да көпестік кәсіпке ден қойғандар көбейді. Олар патша үкіметі белгілеген сауда гильдияларына тіркеліп, айналым капиталдарына байланысты *I, II, III гильдия* мәртебесін алып отырды. Бұл мәртебе көпестік тек сауда жасау құқығын беріп қана қоймай, оның әлеуметтік-саяси салмақтағы орны мен салықтық міндеттерін де анықтап отырды. Көпестердің ел ішінде беделі артып, қалаларда дүкендер мен сауда үйлерін ашуға, жергілікті кәсіпті дамытуға жол ашылды. Бұл құбылыс қазақтың отарлық жүйе ішіндегі экономикалық бейімделуінің бір көрінісі ретінде қарастырылады. XIX ғасырдың соңына қарай қазақ қоғамында шағын буржуазиялық топтар, әсіресе қала тұрғындары арасында қалыптаса бастады. Алайда бұл даму Қазан төңкерісінен кейін тоқтап, кеңестік жоспарлы экономика жүйесінде сауда-саттықтың жеке кәсіп ретінде өмір сүруіне мүмкіндік берілмеді.

XIX ғасыр мен XX ғасырдың басындағы тарихи-әлеуметтік контексте көпестердің атқарған рөлі бірнеше негізгі бағытта көрініс тапты:

– *экономикалық делдал* ретінде көпестер – қазақ даласын Ресей мен Орта Азияның басқа аймақтарымен экономикалық тұрғыда байланыстырушы негізгі буын болды. Олар: қазақ халқының мал өнімдерін (тері, жүн, ет, сүт тағамдары) жәрмеңкелер арқылы сыртқа шығарды. Ресей мен шетел тауарларын (мата, ыдыс-аяқ, қант, шай, тұрмыстық бұйымдар) ішкі нарыққа жеткізді. Айырбас саудадан ақшалай саудаға көшуге ықпал етті. Бұл үдеріс қазақ қоғамының натуралды шаруашылықтан нарықтық қатынастарға өтуіне алғышарт жасады;

– көпестер қазақ арасында *кәсіпкерлік сана* мен *капиталдық жинақ* идеясының алғаш таралуына ықпал еткен әлеуметтік топ. Олар: қала мәдениетін үйренуге, сауда заңдарын меңгеруге, есеп-қисап жүргізуге бейімделді, қазақ жастарының арасында сауда ісіне үйренуге қызығушылық тудырды. Кәсіп арқылы *әлеуметтік лифт* рөлін атқарып, кедей отбасылардан шыққан адамдардың мәртебесін көтеруге мүмкіндік берді;

– көпестер әлеуметтік жіктелу мен буржуазиялық топтардың қалыптасуына әсер етті. XIX ғасырдың екінші жартысынан бастап көпестер қазақ қоғамында жаңа әлеуметтік жіктелудің бастауы болды. Көпестер I, II, III гильдия бойынша ресми танылып, әлеуметтік топ ретінде ерекшеленді, жергілікті буржуазиялық элементтердің (саудагерлер, кәсіпкерлер, байлар) қалыптасуына алғышарт жасады;

– көпестердің рөлі тек экономикалық деңгейде ғана емес, мәдени, саяси кеңістікте де көрініс тапты: жәрмеңкелер мен сауда орталықтары арқылы мәдени алмасу жүрді, музыка, кітап, киім үлгілері, тұрмыс салты таралды. Көпестердің бір бөлігі қайырымдылықпен, медресе, мешіт салдырумен, газет-журналдарды қаржыландырумен айналысты (мысалы, татар, башқұрт көпестері арасында бұл кең тараған), кейбір көпестер саяси белсенділікке де ие болды (мысалы, Думаға сайлану немесе патша әкімшілігімен байланыс орнату);

– көпестердің өмір салты мен қызметі қазақ халқының дәстүрлі көшпелі өмірінен өзгеше *рыноктық ойлау, есеп жүргізу, пайданы жоспарлау, серіктестік құру* сияқты ұғымдарды енгізді. Бұл қазақ даласында экономикалық

прагматизмнің тамыр жаюына себеп болды, *меншік құқығы, капитал айналымы, қарыз және келісімшарт мәдениеті* сияқты ұғымдарды қоғамға енгізді.

Көпестер – қазақ қоғамының отарлық кезеңіндегі әлеуметтік-экономикалық эволюциясының маңызды қозғаушы күші. Олар *экономикалық делдал* ғана емес, сонымен қатар *жаңа қоғамдық сана, нарықтық қатынастар, мәдени көптүрлілік және кәсіпкерлік бастамалардың* алғашқы негізін қалаған тарихи тұлғалар қатарына жатады. Көпестердің қоғамдағы рөлі мен қызметінің тілдік репрезентациясы – олардың бейнесі мен қызметі халықтың ұжымдық санасында, фольклорында, мақал-мәтелінде, тұрақты тіркесінде, көркем әдебиетте қалай көрініс тапқанын көрсетеді. Мұндай репрезентациялар – тарихи-мәдени тәжірибе мен әлеуметтік бағалаудың тілдегі көрінісі болып табылады. Мысалы, көпестерге қатысты қазақ тілінде қалыптасқан бірқатар тұрақты тіркестер мен мақал-мәтелдер бар, олар көпестің бейнесін, мінезін, қоғамдағы орнын білдіреді: *көпес көргенін сатады, кедей – басын сатады; көпестің тілі – пайдада, жаны – байлықта; көпеске сөз жоқ, есеп бар; көпес қулықсыз болмайды* сынды тіркестер көпестің кез келген жағдайды пайда көзіне айналдыра алатынын көрсетеді. «Көпестің көзі пайдада» – бұл тіркес көпестің прагматикалық, пайдакүнемдік болмысына ишара етеді. *Базарға барсаң – көпеске жолық* – бұл тіркес нарықтық өмірдің белгісін білдіреді. Мұнда көпес – сауда мен экономиканың символы ретінде көрінеді. Сондай-ақ көпестердің бейнесі ХІХ–ХХ ғғ. қазақ прозасында жиі кездеседі. Мысалы, «көпес Түкен молда базарда отырып, мал-мүлкін арттырып, кедей-кепшіктен өсіммен алған ақшадан байыды...». Мұнда көпестің бейнесі өсімқорлық, сауданың айласын меңгерген тұлға ретінде сипатталады. «Көпестер мен болыстар бір-бірімен қолдасып, қара халықты саудамен де, салықпен де езіп отыр...» [197]. Тілдік репрезентацияда көпес образы әлеуметтік әділетсіздіктің символы ретінде беріледі.

Тарихи құжаттарда, шежірелер мен этнографиялық жазбаларда «көпес» сөзімен байланысты келетін терминдік қолданыстар, лексикалық бірліктер мен тіркестер көптеп кездеседі. Мысалы, *көпестік гильдия, көпес қуәлігі, сауда патенті, қалалық көпес, І гильдия көпесі, қарасаудагер, керуенші көпес, саудагер көпес* т.б. Бұл терминдер көпесті тек әлеуметтік рөл ретінде ғана емес, институционалдық тұлға ретінде танытады. Сонымен қатар диалектілік және этномәдени тіркестер де ұшырасады. Мәселен, кейбір өңірлік сөз қолданыстарда көпеске *саудагер, керуенші, сатушы, шаруа көпес* сияқты балама сөздер қолданылған. Бұл атаулардың барлығы да түрлі тарихи-мәдени кезеңдегі көпес бейнесінің тілдік нұсқалары.

Бүгінгі Қазақстанда *көпес* сөзі әдеби және тарихи контексте ғана қолданылып, орнына *кәсіпкер, бизнесмен, саудагер, логист, дистрибьютор, делдал* сияқты терминдер кеңінен орнықты. Егер ХІХ ғасырдағы көпес – жеке тұлға немесе шағын топ түрінде әрекет етсе, қазіргі заманғы кәсіпкерлік пен сауда қызметі нарықтық экономика талаптарына сай *корпоративтік, цифрлық, трансұлттық* сипатқа ие. Бұрынғы көпестер нарық пен тұтынушы тікелейбайланыстырушы, жергілікті өндірісті дамытуға үлес қосушы ретінде әрекет етсе, қазіргі кәсіпкерлер *инновациялық технологиялар, электрондық*

сауда, бәсекелестік орта сияқты жаңа өлшемдерде жұмыс жасайды, дегенмен *тауарды жеткізу, сату және табыс табу* сияқты мақсаттары өзгеріссіз қалды.

Қазіргі Қазақстанда кәсіпкерлік қызмет заң жүзінде тіркеліп, *салық салу* жүйесі арқылы реттеліп отырады. Бұл үдеріс ХІХ ғасырдағы гильдиялық көпестер жүйесінде құрылымдық жағынан ұқсас болғанымен, мазмұны жағынан әлдеқайда кең, көпқырлы. Сонымен көпес ұғымы – қазақ халқының отарлық кезеңдегі экономикалық трансформациясының маңызды көрсеткіші. Бұл әлеуметтік-экономикалық категория кейінгі кезеңдерде кәсіпкерлікке ұласып, қазіргі нарықтық экономиканың негізі болып табылады. Көпестік – тек сауда кәсібі ғана емес, сонымен қатар қазақ қоғамының нарықтық сана-сезімінің қалыптасуында маңызды тарихи-әлеуметтік түрткіжайт болады.

Көріп отырғанымыздай, қазақ халқының дәстүрлі шаруашылық жүйесінде сауда қатынастары маңызды рөл атқарды. Сауда қатынасының тиімді іске асуын қамтамасыз ететін ерекше әлеуметтік-кәсіби топ – *делдалдар* болды. *Делдал* сауда-саттықта сатып алушы мен сатушының арасында делдалдық қызмет көрсетуші, базар нарқына маманданған адам. Делдалдар кентті жерлердегі аса ірі базарларда сатушының сұраған бағасы мен алушының берген бағасын үйлестіріп отырған. Делдал базар нарқын жақсы білген және сұранысқа қарай базар нарқына ықпал еткен және делдалдық қызметі үшін тиісті ақысын алған. Бұрынғы кездегі мал саудасында базарға кіргізілген әр түліктің сатылатын орны мен алаңдары бөлек-бөлек болып, оған маманданған делдалдар иелік еткен. Делдалдың меншіктеген алаңындағы жерге *қазық қағылып, арқан керіледі*, сол керілген арқандағы жіпке сатылатын малды байлап қоятын болған. *Мал базарында ірі қараның* (түйе, сиыр), *ақ малдың* (жылқы), *уақ малдың* (қой-ешкі) саудасына «маманданған» делдалдары болған. Олар малдың күйін, жасын жақсы таныған. Сонымен қатар сатушының «неғұрлым жоғары бағаға сатсам», ал алушының «неғұрлым төмен бағаға алсам» дейтін психологиялық күйін де аңғарғыш келеді. Дәстүрлі саудада қалайда екі ойлы болып тұрған екі жақ делдалдың айтқан бағасына тоқтайтын болған. Мұндайда делдал сатушымен қол алысып, «Бар береке! Бар береке!» деп дауыстайтын болған [47, 21]. Делдалдың екі жақтың біріне бұра тартатын кездері де болды. Олар қол қысысып, қол сілкіскенде жең ішінен саусақтарымен белгі береді, көз қысысып ым-ишара жасайды. Бұндайды халық тілінде *ым-жымы бір болды, бармақ басты, көз қысты, жең ұшынан жалғасты* дейді [198].

Қазіргі Қазақстанның нарықтық экономика жағдайында делдалдық қызмет өзінің формасын өзгерткенмен, мәнін жоғалтқан жоқ. Бүгінгі *риелтор, брокер, консалтинг агенті, жарнама маманы, онлайн сауда алаңдарының модераторы* сынды мамандар осы көне делдалдық дәстүрдің заманауи көрінісі. Дегенмен қазіргі делдал институционалдық және құқықтық тұрғыдан реттеледі, кәсіби этика талаптарына бағынады. Бұрынғы дәстүрлі қоғамдағы көз қысу, жең ұшын көрсету, бармақ басты көз қысты әрекеттері бүгінде *жемқорлық пен бейресми экономика* көрінісі ретінде бағаланып, заң жүзінде қудаланады.

Бақалшы/бақалшы саудагер – қазан төңкерісіне дейін ауыл-ауылға шет жақтан кішігірім бұйымдар әкеліп сатумен айналысқан ұсақ саудагер.

Қазақтарда ақша аз болғандықтан бақалшылар өз тауарларын мал өнімдеріне немесе малға айырбастап отырды [144, 118]. Бақалшының ел ішінде сирек ұшырасатын *бақал* тәрізді көнерген атауы, *аттерши* тәрізді жергілікті атауы кездеседі [199]. Саудагердің оңтүстік аймақта қолданылған бұндай атауларының бірі Майлықожаның өлеңдерінде сақталған:

Жаман қатын қаптағы

Жүнінді тауысар күйбеңдеп.

Аттершіден алғаны

Айна, тарак, ірең боп» [200].

Бұл жолдардан ұсақ-түйек бұйымдармен сауда жасайтын адам бейнесі аңғарылады. Сонымен бірге ел арасында бақалшыға қатысты *бақалшының таразысы – ел назасы* сынды атасөздер тараған.

Бақалшы дәстүрлі қазақ қоғамындағы саудагердің ең ұсақ түрі болса, қазіргі кезде бұл қызметті шағын жеке кәсіпкерлер, ауылдық дүкен иелері, көшпелі базар сатушылары атқарады. Қазіргі экономикалық нарықтық жүйе мен технологиялық дамыған заман бұл бейнені едәуір трансформациялады. Бұрынғы бақалшы тауарын түйеге, атқа немесе арбаға артып, ауыл-ауылды аралап жүріп сатқан болса, қазіргі шағын саудагерлер *интернет-дүкен, мобильді POS-терминал, банктік қосымшалар* арқылы сатады, қызмет көрсетеді. Сонымен қатар бұрынғы саудагерлік көбіне гендерлік тұрғыдан ер кісілермен байланысты болса, қазіргі таңда шағын сауда саласында әйел адамдардың үлесі артты. Тарихи бақалшылар қазақ қоғамында тек тауар жеткізуші ғана емес, мәдени алмасудың тасымалдаушысы ретінде маңызды рөл атқарды. Олар тек айна, тарак, сабын тағы басқа ұсақ тауарларды сатып қана қоймай, жаңалық, сыртқы дүниеге қатысты түсініктерді, киім-кешек үлгілерін, тағам мәдениетін де ала келді. Бақалшының осы функциясына қазіргі маркетинг, жарнама институтының бастапқы формасы ретінде де қарауға болады.

Адамзат өркениетінің ежелгі институттарының бірі ретінде қазақ халқының әлеуметтік, экономикалық, тілдік және мәдени өмірінде терең тамыр жайған ұғымның бірі – *базар*. Базар сауда-саттық, жасауға арналған орын. Базарда басқа қалалар мен алыс-жақын жерлерден әкелінген тұрмыстық бұйымдар мен шаруашылыққа қажетті заттар, мал, мал өнімдері, ауылшаруашылық өнімдері, шеберлердің жасаған түрлі бұйым заттары сатылатын болған. Базар саудаға түскен тауар түріне және олардың сатылатын орнына қарай *мал базары, жайма базар, дән базары* және т.б. деп аталады.

Базар саудасы отырықшы халықтар арасында мықтап дамыған. Базар табыс көзі болғандықтан, ел билеген билеушілер базарлы, қалалы жерлерге иелік етуге тырысқандығы тарихтан мәлім. Қазақ жерінде Түркістан, Сайрам секілді үлкен қалаларда базар саудасы кеңінен өріс алған. Бізге жеткен тарихи деректерде Түркістан базарында бұхаралықтар, қоқандықтар және қырғыздардың астықтан дайындалған тағамының түр-түрін, жеміс-жидек, көкөніс, мал және балық сатумен айналысқандығы, орыс тауарларын орыс татарлары алып келгендігі, Азия және Ресей тауарларымен қатар Бұхара арқылы Мешхедтен әкелінген ағылшын тауарларының да базарға салынғандығы айтылады [201]. Көшпенді

елдің базарға барып базарлауға аяғы жете бермегендіктен, сауда-саттық негізінен айырбас түрінде жүрген. Мәселен, тәжік, өзбек саудагерлері қазақтың мал өнімдерін (жүн, тері т.б.) және қазақ шеберлерінің қолынан шыққан әшекей бұйымдарын қант, күріш, матаға айырбастап отырған. Саудагерлер қазақ ауылдарын аралап, түйе жүнінен тоқылған *жылы шекпенге*, ешкі түбітінен тоқылған *шәлі* түрлеріне және балаларға, үлкендерге арналған былғарыдан тігілетін аяқкиімдерге тапсырыс беріп және өздерінің тапсырыстарына сай *айырбастың эквиваленті* ретінде көшпенділерге *күміс* немесе *алтын теңгелер* берген.

Дәстүрлі ортада мал сатуға байланысты ырым-тыйымдар мен жоралғылар қалыптасқан. Сатпақ малын базарға шығарған мал иесі сауда ойдағыдай болу үшін *құптан малдың* маңдайын сипап ырым жасаған. Сондай-ақ құптан малды нөқта-жүгенімен сатпаған. Айғыр сатар болса, жылқының өз сілекейіне жалының бір-екі қылын жұқтырып, ырымдап орап сақтап қойған. Онысы сатылған малмен бірге ырыс-береке бірге кетіп қалмасын деген ниеттен туған. Сауда жасап тұрған адамға, әдетте *сауда күсет болсын!* («сауда жақсы жүрсін, табысты болсын» деген мағынада) деп тілек айтады. Ел ішінде саудаға байланысты бұндай тілектің *саудаңыз құшат болсын, саудаңыз құлат болсын* тәрізді нұсқалары да сақталған [202].

Бүгінгі таңда базарлар трансформацияланды. Олар енді арнайы реттелген *сауда үйлері, сауда орталықтары, онлайн маркетплейстер* түрінде өмір сүруін жалғастырып келеді, десе де ауылдық жерлерде дәстүрлі *ашық базарлар, апталық жәрмеңкелер, көшпелі сауда* нысандары әлі де өзектілігін жойған жоқ. Саудагердің сөзіне сену, жақсы *сауда болсын деу* дәстүрі қазіргі кәсіпкерлік этиканың фразеологиялық жалғасы ретінде сақталған.

Базардың бір түрі – *жайма базар* саудагерлердің заттарын жерге жайып көрсетіп, сауда жасау үрдісіне байланысты қалыптасқан атау. Ертеректе саудагерлер мен қолөнершілер өздерінің саудаланатын бұйымдарын базарлар мен жәрмеңкелерге ғана емес, жайма базарға да шығарып отырған [203]. Сауда бұйымдарына арналған арнайы орындар болмағандықтан оларды жерге жайып тастап сатып отыратын болған. Оның ресми сауда жүйесінен тәуелсіздігі, жеке капиталдың аздығы, салықтан босатылған сипаты бұқаралық сипат алуына ықпал етті. Жайма базарлар төменгі тап өкілдерінің экономикалық белсенділігін арттырып, қоғамдағы әлеуметтік теңсіздікті жұмсартушы түрткіжайт ретінде қызмет атқарды. Сол себепті жайма базар тек физикалық сауда кеңістігі ғана емес, сонымен қатар экономикалық ыңғайластық, қоғамдық икем, мәдени пластиканың көрінісі ретінде бағалануы тиіс.

Бүгінгі таңда жайма базар ұғымы мағынасын жоғалпағанымен, кеңістіктік және заңнамалық трансформацияға ұшырады. Көшедегі бейресми сауда (жаяужолдағы (тротуардағы) сөрелер, жерге жайып сату) Алматы, Шымкент, Қарағанды тағы басқа ірі қалаларда әлі күнге дейін сақталған. Кей жағдайда жайма саудамен тұрақты табысы жоқ, ресми саудаға кіре алмаған әлеуметтік топ айналысады. Қазіргі қазақ тіліне *жайма базар* ұғымын қоғамның шеткері сауда

кабаты, кедейге қолайлы алаң, ең төменгі деңгейдегі нарыққа бейімделу моделі ретінде орнықтырды.

Жайма базар тек сауда емес, байланыс, тілдесу, қоғаммен жақындасу кеңістігі. Ол тұтынушы мен сатушы арысындағы қарым-қатынас, саудаласу мәдениеті, эмпатия сияқты құндылықтарды қалыптастырды. Осыған бйаланысты қазақ тілінде *базарлау, базаршыл болу, базарға бару, жайма сауда жасау* сияқты тіркестер қалыптасты. Қазіргі супермаркет пен сауда орталықтарында кездеспейтін тірі тілдесу формалары *берсең арзан бер, көп алсам арзандат, молданың баласына алыңыз* сипатындағы сауда диалогы осы жайма кеңістікте сақталып отыр.

Қорыта айтқанда, жайма базар қазақ тілінде кең таралған тарихи да, прагматикалық та, мәдени де жүк көтеретін тіркес. Оның тілдік репрезентациясы тек заттық ақиқатты білдірумен шектелмейді, сонымен қатар қоғамның экономикалық иерархиясын, саудагер мен тұтынушы қатынасын, әлеуметтік теңсіздік жағдайына бейімделу стратегияларын да білдіреді.

Қазақта алыс жолдан базарлап қайтқан адамның алдынан шығып жас-желендердің базаршыдан *базарлық*, яғни *кәдесый сұрау жоралғысы* болған. Базардан артынып-тарпынып олжалы келген жолаушы базарлық сұраған ауылдастарына қоржын қалталарынан алып кәдесыйын үлестірген. Ел ішінде стереотипке айналған бұл жоралғы ауыл адамдарының арасындағы сыйластық, жылы шырайға себеп болатындай этикеттік мән алған [47, б.0].

Базарлық сөзі тілдік жүйеде тек материалдық сыйлықты білдіріп қана қоймай, қарым-қатынасты бекітетін символдық әрекеттің атауы ретінде танылады. Бұл ұғым ұлттық менталитеттегі қонақжайлылық, елгезектік, жауаптылық, жақынға мейірім, жақынын ұмытпау сияқты құндылықтарды біріктіреді. Осы тұрғыдан *базаршыдан базарлық жоралғысын* ұлттық экономикалық сананың мәдени-прагматикалық репрезентанты ретінде тануға әбден болады. Қазіргі дамыған, қалаланған (урбанданған), жаһанданған қоғамда дәстүрлі базар ұғымы трансформацияға ұшыраса да *базарлық әкелу, сапардан сыйлық әкелу* сияқты әрекеттер әлі де өз маңызын жойған жоқ. Бүгінде бұл дәстүр ірі қалаларда да сақталып, шет елден келген туыс-жақынға: *базарлық әкелдің бе?* деп әзіл-шыны аралас *кәдесый сұрау* этномәдени жалғастықтың көрінісі. Бұл көне дәстүрдің прагматикалық бейімделуі, яғни қазіргі заман талабына сай семиотикалық қайта кодталуы.

Жоғарыда атап кеткеніміздей базар қоғамдық өмірдің маңызды институттарының бірі болғандықтан, дәстүрлі қоғамда осы кеңістіктің қызметін *базарнай* ұйымдастырған. Бұл термин тарихи деректерде *базарқан* атауымен де кездеседі. «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (ҚӘТС 2-том) базарнай тілдік-когнитивтік құрылым ретінде сипатталып, оның этнолингвистикалық ерекшеліктері де көрсетіледі [194, 228]. Базарнайдың міндеті базардағы тәртіпке, сауда-саттыққа, тазалыққа, сатушылардың орналастырылуына, олардың тауарларының сақталуына бақылау орнату, яғни базар жұмысын толық қадағалау кірген.

Қазіргі нарықтық экономика жағдайында базарнайға ұқсас қызметті *базар әкімшілігі, басқарушы, директор* атқарады. Дегенмен бұл құрылым мемлекет тарапынан реттеледі, нақты құқықтық нормалармен қамтамасыз етілген кәсіпкерлік субъектілердің мүдделерін қоғайды. Тілдік тұрғыдан *базарнай* образы әлеуметтік иерархияны, қоғамдық қызметті, этикалық норма мен рәсімдерді бейнелейді. Тарихи жазба деректер мен фольклорлық үлгілерде базарнай бейнесі көбіне ақылды, беделді, әділ, кейде қатал, бірақ қоғам мүддесін жоғары қоятын тұлға ретінде сипатталады. *Базарнай* ұғымы тек номинативті лексема емес, ұлттық экономикалық сананың антропоморфты (грек. *ánthrōpos* – адам, *morphē* – пішін, түр) репрезентанты ретінде қабылданады, яғни базарнай ұлттық экономикалық сананың мәдени-тілдік репрезентанты болып табылады. Бұл лексема мен оған қатысты тілдік құрылымда тек қызметтік сипат қана емес, ұлттық болмыстың, танымның, қоғамдық құрылымның көрінісі жатыр. Сол себепті базарнай бейнесі қазақтың экономикалық мәдениетінің тілдік көрінісі ретінде ғылыми тұрғыда талдауға лайық концепт.

Қорыта келе, берілген тараушада тіл мен ұлттық экономикалық сана арасындағы құрмаластық, оның дәстүрлі қазақ қоғамындағы тілдік репрезентациясы мен модустық көрінісі тілдік бірліктер арқылы талданды, экономикалық құндылықтардың мәдени және әлеуметтік коды айқындалды. Зерттеуде ұлттық экономикалық сананың тілде сақталуы, лексикалық-фразеологиялық, паремиологиялық құралдар арқылы көрініс табуы, әсіресе дәстүрлі модустағы (дүниетанымдық қалып) ерекшеліктері теориялық эмпирикалық тұрғыдан қаралды. Жоғарыда келтірілген тілдік фактілердің барлығы да сол кездегі экономикалық қатынастардың қандай болғандығын түгел көрсетеді. Міне, осы тілдің экономикалық сананың тасымалдаушысы, қалыптастырушысы, көрсеткіші екенін дәлелдейді.

2.3 Экономикалық сананың заманауи модус тіліндегі репрезентациясы

Қазіргі кезеңдегі әлемдік экономикалық дамуда терең құрылымдық өзгерістер жүріп жатыр. Ғаламдық интеграция, цифрландыру, тұрақты даму тұжырымдамалары мен әлеуметтік жауапкершілік қағидаттары экономикалық қатынастардың мазмұнын түбегейлі өзгертті. Бұл үдерістердің барлығы да ұлттық экономикалық сананың жаңа заманауи модуста қалыптасуына себеп болып отыр. Ғылымда экономикалық сана – қоғамның экономикалық құбылыстарды түсінуі, бағалауы және оған қатысты қалыптасқан көзқарастар жүйесі ретінде анықталады [130, 311]. Заманауи модуста экономикалық сана дәстүрлі ұғымдар мен жаңашылдықтың күрделі тоғысында дамиды. Экономикалық сананың өзгерісі әлеуметтік-экономикалық үдерістердің нәтижесі және мұндай трансформациялық құбылысты түсіндіру үшін бірнеше теориялық ұстанымдарға сүйенуге болады. Біріншіден, құрылымдық-функционалдық теориялар әлеуметтік жүйелердің тұрақтылығын қамтамасыз ететін құндылықтар мен нормалардың интеграциялық қызметін айқындайды. Экономикалық сана осы құрылымның бір бөлігі ретінде қоғамдағы еңбек бөлінісінің, өндірістік қатынастардың және әлеуметтік стратификацияның

өзгерістеріне жауап береді. Мысалы, индустриялықтан постиндустриялық қоғамға өтумен бірге *еңбек этикасы* мен *кәсіпкерлік мінез-құлыққа* қойылатын талаптар өзгеріп, жаңа құндылықтық бағдарлар қалыптасады. Екіншіден, әлеуметтік конструктивизм [204] экономикалық ақиқаттың әлеуметтік құрылымдалған табиғатын көрсетеді. Экономикалық ұғымдар, тәжірибелер мен нормалар әлеуметтік қатынастарда тілдік және символдық түрде конструкцияланатын және ұрпақтан ұрпаққа берілетін білімдер жүйесі. Экономикалық сана жаңа әлеуметтік тәжірибелер мен өзгермелі контекстерді интерпретациялаудың нәтижесінде қалыптасып, бейімделеді. Мысалы, нарықтық қатынастардың таралуы экономикалық тілдік дискурсты өзгертіп, *инвестиция, бизнес, жоба* т.б. сияқты терминдердің жиілігін арттырды [205]. Үшіншіден, әлеуметтік репрезентация теориясы [206] ұжымдық таным құрылымдары мен символдық жүйелердің қоғамда қалай қалыптасатынын және таралатынын анықтайды.

Экономикалық сана әлеуметтік репрезентацияның ерекше түрі ретінде қоғамдағы институттар мен нормаларды бейнелеп қана қоймай, оларды ұжымдық зерделеудің және жаңа тәжірибелерді түсіндірудің нәтижесінде қайта жандандырады. Бұл үдерісте БАҚ, білім беру жүйесі, саяси және экономикалық дискурс маңызды рөл атқарады. Төртіншіден, институционалдық экономика [207] ресми және бейресми институттардың экономикалық мінез-құлықты қалыптастырудағы рөлін көрсетеді. Экономикалық сана осы институттардың нормалары мен ережелерін бейнелейтін когнитивтік карта қызметін атқарады. Институционалдық өзгерістер – меншік құқықтарының трансформациясы, нарықтық реттеу жүйесінің қалыптасуы, қаржылық инфрақұрылымның дамуы ұлттық экономикалық сананың мазмұнын өзгертеді.

Осы теориялық негіздерге сүйене отырып, заманауи модустағы экономикалық сананың трансформациялануына себеп болатын негізгі түрткіжайттарды төмендегіше анықтауға болады:

- урбанизация, индустриялану, қызмет көрсету секторының өсуі, цифрлық экономика мен жаңа технологиялар;
- меншік қатынастарының, құқықтық жүйенің, қаржы нарықтарының дамуы;
- халықаралық сауда, инвестициялардың қозғалысы, мәдени алмасу арқылы экономикалық ұғымдардың әмбебаптануы;
- білім мен ақпараттың қолжетімділігі, экономикалық сауаттылықтың артуы;
- жаңа экономикалық тәжірибелерді түсіндіру және тарату құралы ретінде тілдің рөлі.

Қазіргі қазақ қоғамының экономикалық санасы дәстүрлі мәдени код пен жаңа нарықтық өлшемдердің синтезінен туған, жаһандық трендтермен құрмаласқан ерекше құбылыс. Ол бір мезгілде тарихи сабақтастықты да, қазіргі заманғы инновацияларды да қамтитын күрделі жүйе. Экономикалық сана трансформациясының ерекшелігі – оның когнитивтік, құндылықтық және тілдік деңгейлерінің бір-бірімен өзара байланыста дамуы. Мұндай өзгерістерді зерттеу

Қазақстандағы ұлттық мәдениеттің жаһандық үдерістермен тоғысуын түсінуге мүмкіндік береді. Демек экономикалық сананың қазіргі трансформациясы жаһандық түрткіжайттармен тығыз байланысты. Атап айтқанда,

– жаһандану үдерісі халықаралық еңбек бөлінісі мен мәдени алмасу экономикалық санаға *әлемдік азамат* образы мен *трансұлттық құндылықтарды* алып келді;

– цифрландыру өз кезегінде *электронды коммерция, криптовалюта, цифрлық банкинг* сияқты жаңа ұғымдар тілдік қорға қосылып, халықтың когнитивтік картасына орнығып, тілдік қолданыста кең көрініс тапты;

– тұрақты даму концепциясы, экологиялық жауапкершілік пен әлеуметтік әділеттілік идеялары экономикалық этикаға жаңа бағдар қосты;

– еңбектің жаңа формалары: *фриланс, қашықтан жұмыс істеу, креативті индустриялар экономикалық сананың икемділік, дербестік, өзін-өзі жүзеге асыру* сияқты жаңа қырларын ашты.

Экономикалық санадағы трансформацияны үш деңгейде байқауға болады:

– когнитивтік деңгейде жаңа экономикалық терминдер (*инвестиция, диверсификация, инфляция, стартап*) жастардың тілдік санасына орнығып, тұрмыстық дискурстың бөлігіне айналды;

– құндылықтық деңгейде дәстүрлі ұжымшылдық қазіргі индивидуализммен тоғысып гибридті құндылықтық модель қалыптасты;

– тілдік деңгейде қазақ тілінде жаңа экономикалық дискурс пайда болды. *Цифрлық экономика, жасыл даму, қаржылық сауаттылық, кәсіпкерлік мәдениет* тағы да басқа сияқты тіркестер кең қолданысқа еніп, ұлттық экономикалық сананың тілдік көрінісін байытты.

Қазақстан Республикасы тәуелсіздік алғаннан кейін қоғамдық-әлеуметтік даму халықтың ұлттық экономикалық санасын түбегейлі өзгертті. Кеңестік жоспарлы экономикадан нарықтық қатынастарға көшу, жекеменшік институтының қалыптасуы, жеке кәсіпкерліктің дамуы, халықаралық бизнес тәжірибесінің енуі – мұның барлығы халықтың экономикалық көзқарасын ғана емес, сонымен қатар күнделікті тілдік қолданысын да айтарлықтай кеңейтті. Бұл үдеріс қоғамның экономикалық дискурсында жаңа ұғым, термин, метафоралардың пайда болуына, бұрынғы дәстүрлі лексемалардың жаңа мағынада қайта жандануына ықпал етті, яғни экономикалық санадағы трансформация ұлттық тілдің құрылымдық және мағыналық кеңістігінде де айқын көрініс тапты. Осыған байланысты қазіргі қазақ тіліндегі экономикалық дискурстың ерекшеліктерін анықтау тек тіл білімінің тар шеңберіндегі міндет емес, сонымен бірге гуманитарлы ғылымдардың тоғысында зерттеуді қажет ететін маңызды бағыттардың бірі, себебі тіл экономикалық қатынастардың, құндылықтардың, қоғамның танымдық картасының негізгі репрезентанты.

1991 жылдан кейін Қазақстанда нарықтық қатынастарға көшу тілдік қауымдастықтың экономикалық санасында жаңа құндылықтарды – *кәсіпкерлік, бәсеке, табыс, жекеменшік, инвестиция, табыс көзі, бизнес-жоспар, ақша ағыны, бизнес, акция, қор биржасы, валюта бағамы, қаржылық тәуекел, еркін нарық, жекешелендіру* тағы басқа сияқты ұғымдармен бірге қалыптастырды.

Қазіргі қазақ тілдік қауымдастығының экономикалық санасы гибриттік сипатқа ие. Бір жағынан, нарықтық қатынастар мен жаһанданудың әсерінен ұлттық бірегейлік пен рационалды экономикалық мінез-құлық жаңғырып күшейсе, екінші жағынан, дәстүрлі құндылықтар мен *жомарттық, қанағат, ұят, береке* сияқты әлеуметтік-мәдени факторлар әлі де маңызды рөл атқарады.

Заманауи модус тіліндегі экономикалық сананың репрезентациясы материалдық құндылықтарға, тұтынуға, қаржылық операцияларға және нарықтық қатынастарға деген көзқарасты білдіретін тілдік құралдарды қамтиды. Бұл құбылыс лексикада (жаңа терминдер, кірме сөздер, метафоралар), дискурста (жарнама, жаңалықтар, блок жүргізу) және қоғамның экономикалық саласындағы құндылықтық бағдарлар мен мінез-құлық модельдерін бейнелейтін символдық кодтарда көрінеді. Заманауи модус тілінде ұлттық экономикалық сана келесі негізгі аспектелерде:

– лексикалық деңгейде *фриланс, аутсорсинг, краудфандинг, криптовалюта, финтех, табыс, үнемдеу, экономикалық өсім, қаржылық дағдарыс, қара күн, цифрлық экономика* тағы басқа сияқты жаңа сөздер, кірме сөздер, экономикалық құбылысты сипаттайтын тұрақты қолданыстар, ақша мен тұтынуға деген көзқарасты білдіретін сөздерде көрінеді. Мысалы, *фриланс, аутсорсинг, краудфандинг, криптовалюта* т.б. терминдері қазіргі экономикалық дискурстың ажырамас бөлігіне айналды. Бұл терминдер қазақ тіліне шет тілінен енгеніне қарамастан, олардың семантикалық негізін қазақ ұлтының дәстүрлі мәдениетінде бұрыннан бар ұғымдармен салыстыруға келеді. Мәселен, фриланс (freelance) – тапсырыс берушімен тікелей келісім арқылы белгілі бір қызмет атқаратын, дербес кәсіби қызметтің түрі [208]. Мұнда еңбекке төленетін ақы жұмыстың көлеміне және сапасына байланысты болады. Қазақ қоғамында *жеке кәсіп, қолөнерші, жеке еңбекке негізделген кәсіп* сияқты ұғымдар фриланстың дәстүрлі нұсқалары болып саналады. Мәселен, ертеректе *зергерлер, ұсталар, сал-серілер* белгілі бір тапсырыс бойынша жұмыс істеп, еңбегіне қарай ақы алған. Осыған байланысты бұларды қазіргі фриланс қызметінің тарихи-баламасы деуімізге әбден болады.

Аутсорсинг (outsourcing) – белгілі бір қызметті немесе өндіріс бөлігін сыртқы мамандарға тапсыру [209]. Қазақтың *асар* дәстүрі ұжымдық еңбекті ұйымдастырудың көне үлгісі. Қауым мүшелері белгілі бір шаруаны бірлесіп атқарған, ал кейін бұл жұмысты қажет болған жағдайда сырттан шақырылған адамға тапсырып отырған. Бұл қазіргі аутсорсингтің әлеуметтік-мәдени баламасы ретінде қарастырылуы мүмкін.

Краудфандинг (crowdfunding) – көпшілік тарапынан қаржылық қолдау жинау арқылы белгілі бір жобаны жүзеге асыру. Дәстүрлі қазақ қоғамында *жылу жинау* дәстүрі болған. Бір ауыл, не ру мүшелері қиын жағдайға тап болған отбасыға мал, ақша, азық жинап беріп отырған. Бұл дәстүр краудфандингтің дәстүрлі түрі іспетті.

Криптовалюта – цифрлық технология негізінде жасалған, орталық банктен тәуелсіз ақша бірлігі. Қазақ қоғамында мал негізгі құн өлшемі болған. Бір *қыздың қалың малы – қырық қалы, бір жылқы – он қойға тең* деген сияқты өлшемдер

экономикалық қатынастардың негізін құрады. Криптовалюта да баламалық құн ретінде қызмет етеді, бірақ ол виртуалды кеңістікте жүзеге асады.

Финтех (fintech, financial technology) – қаржы саласында жаңа технологияларды қолдану (*онлайн төлемдер, мобильді банкинг, электрондық әмияндар*). Дәстүрлі қазақ қоғамында қаржылық қатынастар негізінен сенімге негізделеді. Мысалы, *құн төлеу, жарна салу, қарыз беру* сияқты тәжірибелер қоғамда қалыптасқан қаржылық мәдениеттің көрінісі. Финтех дәстүрлі қоғамдағы сенім қатынастарын қазіргі технологиялық деңгейде жүзеге асырады. Демек, қазіргі заманғы экономикалық қатынастарды білдіретін терминдер: *кәсіпкерлік, бәсеке, табыс, жеекменшік, инвестиция, бизнес-жоспар, ақша ағыны, акция, қор биржасы, валюта бағамы, қаржылық тәуекел, еркін нарық, жекешелендіру* – индустриялы және постиндустриялы қоғамдағы нарықтық қатынастардың дамуына байланысты қалыптасты.

Қазақтың дәстүрлі мәдениетінде осы терминдерге мазмұндық жағынан сәйкес келетін, бірақ қоғамдық-әлеуметтік жағдайға бейімделген баламалар бар. Бұл салыстырмалы талдау дәстүрлі ұғымдар мен қазіргі заманауи терминдердің сабақтастығын көрсетіп, ұлттық экономикалық сананың трансформациясын ашуды көздейді. Мәселен, қазіргі кәсіпкерлік ақшалай пайда табу мақсатында ұйымдастырылған экономикалық әрекет. Дәстүрлі қоғамда *кәсіп* сөзі *еңбек ету, тіршілік қамы, қолөнер, мал бағу, аңшылық* сияқты кәсіби тірліктің атуын білдірген. *Кәсіп* қылу тіркесі кәсіптің бастауын аңғартады. Нарықтық қатынастағы *бәсеке* экономикалық субъектілердің нарықтағы үлесті иелену үшін күресін білдіреді. Дәстүрлі мәдениетте бұл ұғымға *жарыс, бәйге* ұғымдары сәйкес келеді. *Ат жарыс, балуан күрес, ақындар айтысы* барлығы да әлеуметтік бәсекенің көрінісі болып табылады.

Қазіргі табыс еңбектің немесе кәсіпкерліктің қаржылық нәтижесі. Қазақ дүниетанымында *несіп, несібе, ырыс* ұғымдары бар.

Несіп – несібе, ырыздық деген ұғымдарды білдіретін атау [210]. *Кәсіби көптің несібі көп* деген мақал жоғарыда аталған ұғымдармен қатар *табыс, кіріс* сияқты мағынаны да береді. Сонда *несіп* нақты материалдық дүниеге байланысты жайттарды білдіреді. Кедейленіп, мал-мүлкі азайып, ырыздығы кемігенде, қазақтар *несібі кетті* дейді. Дәстүрлі ортада *бұл өмірдегі сыбағасы, ырыздығы мол болсын* деген ырыммен бала дүниеге келгенде *Несіпбек, Несіпхан, Несіпті, Несіпгүл, Несібелі* деп ат қою дәстүрі кең тараған.

Жекменшік – жеке тұлғаның иелігіндегі меншік түрі. Қазақ қоғамында мал-мүлік, қоныс, киіз үй, қолөнер бұйымдары жекеменшік болғанымен, рулық, қауымдық меншік ретінде де қарастырылған. Бұл ерекшелік дәстүрлі мәдениеттегі экономикалық құрылымның ортақшыл сипатын да аңғартады.

Бизнес-жоспар қазіргі *бизнесті жоспарлау, стратегиялық және тактикалық қадамдарды алдын ала есептеу*. Дәстүрлі ортада үлкен, маңызды іске кіріспес бұрын *ақсақалдар кеңесі* құрылатын болған. Мұндай отырыста істің тәуекелдері мен мүмкіндіктері сараланған. Оған қоса, *бата алу* дәстүрі психологиялық, әрі рухани жоспардың рөлін атқарған. *Ақша ағыны* бүгінгі *шығыс пен кірістің қозғалысы*. Дәстүрлі қоғамда ақша орнына айырбас, яғни

малды, астықты, қолөнер бұйымдарын саудалау кең тараған. Кейін *күміс ақша, алтын теңге* айналымға енді. *Валюта бағамы* қазіргі таңда бір елдің ақшасын екінші елдің ақшасына шаққандағы құны. Дәстүрлі ортада бұл ұғым *мал құны, айырбас бағасы* арқылы көрінді. Мысалы, *бір түйе – он қой* деген теңеу айырбас эквивалентін білдірген. Қазіргі экономикадағы *тәуекел – инвестицияның жоғалуы* немесе *шығынға ұшырау қаупі*. Қазақ мәдениетінде *тәуекел – батыл қадам*, сенімді білдірген. *Тәуекел түбі – жел қайық* деген мәтел тәуекелдің рухани-психологиялық астарын көрсетеді.

Дәстүрлі қазақ қоғамының экономикалық жүйесі табиғатпен, маусымдық ырғақпен және қауымдық байланыспен тығыз байланысты болды. Экономикалық мінез-құлықтың негізінде *үнем, қанағат, сыйластық, әділдік* сияқты ұғымдар тұрды. *Қыстың қамын жаз ойла; соғым сойғанның қысы қысқа болмайды* сияқты мақал-мәтелдер қазақ санасындағы экономикалық жоспарлау мен *ресурстық үнем* мәдениетін көрсетеді. Дәстүрлі мәдениетте бір отбасының қысқы соғымы отбасы мүшелерінің санына қарай есептелген. Мәселен, он адамдық үйге – бір жылқы, бір қой, бес адамдық үйге – бір сиыр жеткілікті деп есептелген. Бұл пропорциялар табиғи экономика логикасын, яғни тұтынудың биологиялық және әлеуметтік қажеттілікке сәйкестігін бейнелейді. Бұл *тұтыну* мен *сақтау* арасындағы табиғи тепе-теңдікті бейнелейтін өлшем. Мұндай санада экономикалық есеп табиғи және өмірлік қажеттілікке бағытталған. Байлық – материалдық артықшылық емес, қауіпсіздік пен тұрақтылықтың нышаны болды.

Ал қазіргі заманда бұл есеп техникалық өлшемдерге ауысты. Мәселен, он адамнан құралған бір отбасына бір тоңазытқыш толы ет жетпейді, оған екі тоңазытқыш ет қажет, деген түсінік экономикалық санадағы утилитарлық және технологиялық модустың басым екенін көрсетеді, яғни экономикалық есеп дәстүрлі антропоцентристік негізден (адам, отбасы) *техноцентристік логикаға* (техника, құралдың сақтау көлемі) ауысты.

Дәстүрлі экономикалық санадағы өлшем категориялары да мәдени-тілдік ерекшелікке ие. Қазақтың киіз үйі қанат өлшемімен есептелсе (*алты қанатты, он екі қанатты үй*), бұл бір жағынан отбасылық құрам мен әлеуметтік беделдің, екінші жағынан кеңістік пен экономикалық мүмкіндіктің бейнесі болған. Осындай мәдени өлшемдер кеңестік дәуірде жер үлесі (соток) ұғымымен алмастырылды, ал қазіргі заманда m^2 (шаршы метр) сияқты техникалық-рационалды өлшеммен ауысты. Мысалы, *он екі қанатты үй* – үлкен отбасының әлеуметтік және экономикалық ауқымын білдірсе, *40 m^2 пәтер* – заманауи урбанистік сананың жаңа өлшемі. Қазіргі қоғамдағы *шаршы метр (m^2)* ұғымы экономикалық рационализмнің көрінісі. Егер дәстүрлі мәдениетте кеңістік *адам сыйымдылығымен* өлшенсе, қазіргі заманда ол *нарықтық бағамен* өлшенеді. Осыған байланысты қазіргі таңда *ипотека, несие* сияқты терминдер де жиі қолданысқа енді. Қазіргі тұрмыстық санада кеңістік пен меншіктің ұғымы түбегейлі өзгерді. Бұрын жер – тіршілік кеңістігі ретінде қабылданса, қазір жер – *актив, инвестиция* ретінде пайдаға асады. Бұрын *үй салу* өмірлік жетістік болса, қазір *ипотека алу* – экономикалық тәуелділіктің белгісі. Мысалы, «Бір үй салдым» (жеке еңбектің нәтижесі) «ипотекаға пәтер алдым» (қаржылық

келісімнің нәтижесі), демек кеңістік ұғымының өлшемі әлеуметтік мәннен экономикалық мәнге ауысты. Бұл өзгеріс экономикалық ойлаудың кеңістіктік және әлеуметтік құрылымындағы түбегейлі өзгергендігін көрсетеді.

Қазақ тұрмысында азық-түлікті ұзақ мерзімге сақтау тәжірибесі дәстүрлі модустағы ауыл локациясындағы қауымдастық экономикалық санасының қалыптасқан жүйесі. Әр үйде *жерқойма* болған, онда жыл бойына арналған азық – ұн, май, картоп, пияз, сәбіз сақталған. «Бір айға – бір қап картоп, жарты қап пияз, екі қап ұн, бір қорап тоң май». Бұл ұжымдық үнем мен ұзақмерзімді қамсыздандыру дәстүрінің көрсеткіші. Бұрын қазақ отбасылары азықты маусымдық және табиғи есеппен сақтаған: бір жылқының еті, екі қап ұн, бір қап картоп *жертөлеге сақтау* (погреб), *жерқойма*, *қойма*, *қаппен алу*, *салқын бөлме* сияқты тіркестер жиі қолданылған, себебі азық-түлік бір айға тіпті маусымға есептеліп дайындалған. Қазіргі қалаланған қауымдастық *маркеттерге* барып күнделікті сатып алу тәжірибесіне көшті. Бұл *тұтыну мәдениетін*, сонымен бірге *экономикалық ойлаудың* да уақыт пен кеңістік өлшеміндегі өзгерісін көрсетеді. Қазіргі қоғамда бұл есеп *тоңазытқышта ет сақтау*, *мұздатқышқа салып сақтап қою*, *онлайн тапсырыс*, *күнделікті сатып алу* түрінде көрініс тауып отыр. Бұрынғы жинақтау мен үнемдеу мәдениеті – қазіргі жоспарлау мен рационализм мәдениетіне айналды. Дәстүрлі қоғамның экономикалық санасында азық сақтау – тек тұрмыстық қажеттілік емес, қауіпсіздік пен тұрақтылықтың символы болды. Заманауи қоғамда *жылдам тұтыну*, *қысқа мерзімді жоспарлау* және *икемді бейімделу* алдыңғы қатарға шықты. Осылайша, экономикалық сана адамның өмір сүру ритмімен, технологиямен және нарықтық жағдаймен бірге өзгеріп отыр. Төмендегі мысалдар оның айғағы деуге болады.

Сол сияқты дәстүрлі кезеңде жылқы көлік өлшемімен қатар, статустық капитал қызметін де атқарды. Жылқы саны – байлықтың, еркіндіктің, мәртебенің көрінісі болды. Кеңестік кезеңде оның көлік функциясы трактор, арба, автобуспен алмасты. Жылқы шаруашылығы жоспарлы малшаруашылығы жүйесіне айналды. Қазіргі кезде жылқы – символдық капитал. Ол бренд, туризм ұлттық бірегейлік белгісі. Ат ұстау – экономикалық қана емес, имидждік факторға да ұласты. Құдық пен су табиғи капиталдан коммуналдық капиталға көшті. Бұрын әрбір отбасы өз ауласынан құдық қазып, өз құдығынан су ішіп, көршімен де бөлісетін болған. Қазір судың ақысы есеппен төленеді (*судың құны*, *судың бағасы*, *суды үнемдеу*, *техникалық су*, *ауызсу*, *сусүзгі*, *сусүзгі қондырғылар*, *сенсорлық қолжуғыш кран*, *сутазартқыш*, *суқоймалар*, т.б.). Ресурс нарықтық сипат алды, су – экономикалық ресурсқа айналды.

Сол сияқты *киім айналымы*, оның ішінде *киім жөндеу* халықтың экономикалық мәдениетінен ақпарат береді. Бұрын киім тігіліп, жамалып, қайта өңделіп, киіске ұзақ жылдар шыдас беріп отырған. Бұл халықтың ысырапшылдықты жақтырмағанының айқын көрінісі. Қазір киімнің өмір циклі қысқарды, *біртұтынар киімдер*, *бірреттік сән*, *fast fashion* ұғымдары пайда болды. Осыған байланысты қазіргі экономикалық сана ұзақмерзімділік пен үнемнен жедел тұтынуға өтті.

Бұрын әр тағамның әлеуметтік функциясы болды. Мысалы, ет – мәртебе, сый, қымыз – қонақжайлылық. Қазір дастархан – тұтынушылық имидж. Мол дастархан – әлеуметтік статус индикаторына айналды. Сонымен қатар дәстүрлі санада қонаққа астан ауыз тигізу – экономикалық емес, рухани борыш болған. Қазіргі санада *дигустация*, *дәм тату*, *шоурум* сияқты ұғымдар мен соған қатысты әрекеттер маркетингтік қадамға айналып отыр. Қазақта *қолы ашық*, *жомарт*, *атымтай жомарт* деген бағалауыштық ұғымдар бұрын әлеуметтік абыройдың белгісі болған. Қазіргі қоғамда *қаржылық жоспарлау*, *бюджетті сақтау* ұғымдары абырой өлшеміне айналды.

Бұрын көрпе (кұрақ көрпе) жылу мен қонақ күтудің әмбебап элементі болды. Қазір – интерьер элементі, брендтік тауар. Демек, тұрмыс нысанының эмоционалдық құны нарықтық құнға айналды. Қолөнер бұйымдары да брендке айналып отыр. Бұрын қолдан тоқылған кілем, киіз, ыдыс т.б. үй тұрмысының күнделікті бөлігі болса, қазір *этнодизайн*, *handmade*, *сувенир* ретінде мәдени капиталдың айналымына ауысып отыр.

Құда түсу мен *неке салтанаты* да трансформацияға ұшырады. Кеңестік дәуірде құда түсу символдық рәсім болса, қазір экономикалық жоба, яғни *той индустриясына*, неке бизнесіне айналды. Қазақ некесі – әлеуметтік-экономикалық одақ: *қалыңмал*, *жасау*, *сый тарту* – бәрі экономикалық актілер. Қазір *неке шарты*, *банктік келісім*, *той бюджеті* сияқты ұғымдар қоғамдық жауапкершілікті жеке шарттық қатынасқа ауыстырды. Жаңа түскен келіннің сәлемі де бұрын моральдық борыш, рухани алғыс қызметін атқарған. Қазір *ақылы сыйлық*, *tips culture*, *ақшалай ризашылыққа* өзгерді. Сонымен қатар қазақ дәстүрінде ер мен әйелдің татулығы тұрмыс пен еңбек үйлесіміне негізделді. Қазір *қаржылық тұрақтылық*, *ортақ ипотека*, *қаржылық серіктестік* ұғымдарына негізделіп, экономикалық жобаның бір түріне айналып барады.

Қазақ халқының материалдық және рухани мәдениеті тұтас бір құндылықтар жүйесін құрайды. Сол жүйенің өзегінде қоғам мүшелерінің арасындағы сыйластық, теңдік және өзара құрмет қағидалары жатты. Осындай әлеуметтік-мәдени қатынастарды реттейтін дәстүрлердің бірі — *сыбаға беру* дәстүрі болды. *Сыбаға* – қазақ мәдениетінде тек қонаққа тартылған еттің үлесі емес, ол – әлеуметтік қатынас пен моральдық байланыс символы, тілдік және мәдени репрезентацияның тұрақты элементі. Бұл дәстүр арқылы қазақ қоғамындағы туыстық, жасы мен мәртебесіне қарай бөлінетін әлеуметтік иерархия, сонымен қатар экономикалық және этикалық сана көрініс тапты. Бұрын көршіге *сыбаға беру (ет апару)* әлеуметтік байланыс, экономикалық тепе-теңдік құралы болды. Қазір *жеткізу қызметі Glovo, Wolt* арқылы технологиялық әрекетке көшті.

Қазақтың дәстүрлі есеп жүйесінде адам, отбасы, табиғи цикл негізгі өлшем болды. Кеңестік кезеңде өлшем *норма* мен *жоспарға*, ал қазіргі қоғамда *баға* мен *сұранысқа* тәуелді. Қазақтың *ет тұтыну дәстүрі* де экономикалық ойлау құрылымын бейнелейді. Мысалы, қазақ дәстүрінің ішінде қаймағы бұзылмаған салттың бірі – *табақ тарту* рәсімі болған. Табақ тартуда әрбір жілік пен еттің мөлшері нақты есеппен белгіленген. Қазақ халқы той-томалақ, өлім-жітім

болсын үйіне түскен қонағына сыйлы асы – етті кәделеп ұсынған. Тартылған табақтың орны ауысып кетсе, болмаса кәде дұрыс салынбаса, қонаққа жеткілікті деңгейде сый-құрмет көрсетілмеді деп қабылданған. Ауыл-аймақтарда табак тартудың жөн-жосығын білетін қасапшылар ғана малдың жілігін кәделеп салған. Қазақ етті қонақ санына қарай салып отырған. *Бес адамға бір табак ем* деп есептеу қалыптасқан, бір табакқа кем дегенде екі жілік салған. «Бір табак – бес адамға» деген есеп тек ас мәзірінің пропорциясын емес, әлеуметтік қатынастың теңдігін, қауымдық құрылымдағы орныққан үлесті бейнелейді [211].

Қазақ етті ағаш табакқа салған, оны *шара* деп атаған. Бүтіндей бір қойдың етін *астауға* салған. Осы тұста айта кететін жайт, қазіргі заманауи қазақ қоғамында *ағаш ем табак* қайта сәнге айнала бастады. Бұл құбылыс қазіргі қазақ қоғамындағы мәдени ренессанс пен экологиялық сана элементтерінің тоғысын көрсетеді. Кеңестік және посткеңестік кезеңдерде тұрмыстық ыдыс-аяқтың пластик, алюминий немесе тот баспайтын металл нұсқалары басым болғаны белгілі. Ал ХХІ ғасырдың үшінші онжылдығында ағаштан, табиғи материалдардан жасалған бұйымдардың қайта қолданысқа енуі – тұтынушылық мәдениеттің жаңа кезеңін айқындайды. Біріншіден, ағаш табақтың қайта жандануы – дәстүрлі эстетиканың оралуы. Қазақ дастархан мәдениетінде *ағаш табак* тек тұрмыстық бұйым емес, әлеуметтік символдық мәнге ие болған: *табак тарту* – сыйластық пен мәртебенің өлшемі. *Табак тарту, табактағы сыбаға, жолдас табак* сияқты тіркестер – әлеуметтік қатынастың лингвомәдени көріністері. Қазіргі урбанистік қоғамда бұл ұғымдар жаңаша контексте қайта жаңғырып отыр: ұлттық мейрамханаларда, отбасылық рәсімдерде, этностильдегі интерьерлерде ағаш табак сән мен мәдени сәйкестіктің белгісіне айналды. Екіншіден, ағаш табак – экологиялық және экономикалық ойлаудың өзгерісін бейнелейді. Қазіргі тұтынушы табиғилық пен ұзақмерзімділікке қайта мән беріп келе жатыр. Пластик пен бірреттік ыдыстардан бас тарту тенденциясы тұрақты дамудың және экологиялық жауапкершіліктің белгісі. Осы тұрғыдан алғанда, ағаш табак – дәстүрлі өмір салты мен қазіргі *green economy* тұжырымдамасының түйісу нүктесі. Үшіншіден, ағаш табақтың қайта сәнге айналуы – экономикалық санадағы құндылықтық құбылыс. Егер кеңестік кезеңде ыдыс-аяқтың сапасы мен стандарты индустриалды өндіріс нормасымен өлшенсе, қазіргі қоғамда қолөнер бұйымдарының бірегейлігі, ұлттық нақышы мен экологиялық тазалығы – тұтынушылық таңдаудың басты критерийіне айналып отыр. Бұл экономикалық санада рационалды пен руханилықтың тоғысуын білдіретін ерекше құбылыс. Қазақстанда ағаштан *табак, ожау, қасық, кеселер* жасаумен айналысатын шағын кәсіпорындар мен қолөнершілер саны артып келеді. Бұл үрдіс экономиканың креативті секторында *этнодизайн, handmade, local craft* сияқты бағыттардың дамуына жол ашып отыр. Демек, ағаш табақтың қайта сәнге айналуы – тек тұрмыстық дәстүрдің жаңғыруы емес, қазақ экономикалық санасындағы мәдени жадының, экологиялық ұстанымның және рухани тұтастықтың бірлескен көрінісі. Бұл арқылы дәстүрлі материалдық мәдениет қазіргі тұтынушылық қоғаммен үйлесімді байланыс орнатып, ұлттық өзіндік сананың жаңа деңгейін айқындап отыр.

Дәстүрлі мәдениетте табаққа тек ет салынған, етке қамыр салу ХХ ғасырда пайда болған дәстүр, кейін тәуелсіздік алғаннан кейінгі жылдарда жанына картоп, үстіне тұздық құю пайда болды. Дастархан басында еркек пен әйел араласып отырмаған, тек қымыз, не шай құятын кезде ғана дастарханның аяқ жағына тізе бүккен. Ас соңында табақтан ас ішкен адамға сәлем салған. Бұл дәстүрді қазақтар *табақ алу* рәсімі деп атаған. Келіндер дастархан басында қонақтармен бірге отырмайтын болғандықтан, келген қонаққа өз қолымен дайындаған астан ауыз тигені үшін рахмет айтып сәлем салатын болған.

Қазақтың дәстүрлі қоғамында табақ тарудың өзіндік айшықталған көрінісі орта ғасыр дәуірінде кең дамыған, кейін XVIII-XIX ғасырларда орыс отарлауының салдарынан, одан кейін кеңестік дәуірде ішінара өзгеріске ұшырады. Жалпы табақ тартудың қазақ халқымен қатар басқа түркітілдес халықтар арасында бар екенін зерттеуші Құрбанғали Халиди өз жазбаларында атап өтеді. Ғалым: «Ас беру әр халықта бар: сарт ас берсе – палау, ноғай – түрлі тағам, қазақ ас берсе – ет пен қымыз береді», -деп атап өтеді. 1803 жылы Сырым Датұлының асын бергенде 2500 қой, 200 жылқы сойлып, 1000 саба қымыз пісіліп таратылған деген жазба деректер бар [212].

Малдың он екі жілігі және басқа мүшелері адамның қоғамдағы орны мен жолына лайықталып тартылмаса, төрелер, бектер мен билер наразылығын білдіретін болған. Осы арқылы қазақ қоғамының әлеуметтік қатынастар жүйесінің принциптері мен нормаларының өміршеңдігі дәріптелген. Мәртебелі орындарды айқындау, бір дастархан басындағылардың жас, отбасылық, рулық мәртебесіне қарай ас айыру сияқты ұстанымдары қалыптасқан. «Абай жолында» М.Әуезов: «Табақ тартуға өңшең жоға аттарды сайлапты. Барлық ат күміс ертоқыммен ерттелген. Күтуші жігіттер бастарына тегіс жібек орамал байлапты. Ас ошағымен екі арада бұлар қос табақтан алып, қатар ызғытып жөнелгенде, өлке бойы жайнап кеткендей болды», -деп астың этнографиялық мәнін ерекше суреттейді [213]. Табақ тартушы жігіттер алдын ала арнайы дайындықтан өтетін болған. Ол үшін табақ алып қашу немесе мүше алып қашу ойындары өткізілген. Шауып келе жатқан аттың үстінде қолына табақ толы ет көтеріп, оны төкпей, апаратын жеріне жеткізуді жетік меңгергендер ғана табақ тартуға таңдалып алынған.

Кеңестік кезеңде табақ тарту дәстүрі өз табиғи орбитасынан ішінара ажырады. Кеңестік жоспарлы экономика мен урбанизация жағдайында жеке үйде ет асу, қонақ күту мәдениеті шектеулі сипатқа ие болды. Дегенмен, табақ тарту рәсімінің идеялық өзегі – үлесті әділ бөлу, қонаққа лайық сый көрсету – социалистік теңдік қағидатымен іштей үндесті. Бірақ экономикалық сана тұрғысынан бұл дәстүрдің құндылықтық мазмұны формалданды: табақ тарту жоралғысы ауылдық тұрмыспен ғана байланыстырылып, қоғамдық өмірде әлеуметтік маңызынан айырыла бастады. Кеңестік кезеңдегі экономикалық санада жекеменшіктің шектелуі, ұжымдық жоспардың үстемдігі салдарынан табақ тартудың экономикалық функциясы (үлесті нақты есеппен бөлу, соғым сақтау, жіліктік жоспарлау) қоғамдық тәжірибеден ығыстырылды, дегенмен *қонақ күту, құрмет көрсету, үлес беру*

сынды ұғымдар бейсаналық деңгейде ұжымшылдық пен теңгермешіліктің символы болып қала берді.

Тәуелсіздік кезеңінде, яғни ХХІ ғасырдағы әлеуметтік-экономикалық өзгерістер табақ тарту дәстүрін жаңа мағынада қайта тірілтті. Бүгінгі таңда ұлттық дастархан мен табақ тарту рәсімі тек этнографиялық элемент емес, сонымен қатар экономикалық және мәдени капиталдың көрсеткіші ретінде жаңаша сипат алды. Қазіргі қоғамда табақ тарту дәстүрі әлеуметтік имидждің, экономикалық мүмкіндіктің және ұлттық сәйкестіктің репрезентантына айналды. Қазіргі қазақ дастарханының кеңдігі мен тағам молдығы көбіне қонақ күту мәдениетінен гөрі әлеуметтік-экономикалық статус белгісіне айналды. Бұрын табақтағы еттің көптігі – қонаққа деген құрметтің белгісі болса, енді – материалдық жетістіктің көрінісі. Бұл тұрғыдан табақ тарту рәсімі экономикалық санада демонстративті тұтыну (*Veblenian consumption*) элементін иеленді. Мәселен, қазіргі тойларда табақ тарту (ет әкелу) кезінде міндетті түрде күй ойнайды. Күй – қазақ халқының мифосемантикасының өзегі. Қазақтар үшін күй тарту немесе күй тыңдау тек эстетикалық ләззат қана емес, рухани коммуникация, күйші күй тыңдаушыға белгілі бір оқиғаны домбыраның әуені арқылы жеткізеді. Ал қазіргі тойларда табақ тарту сәтінде күйдің орындалуы жаңағы жоғарыда атап өткен рухани коммуникация емес, ол – рәсімдік сигнал (ритуалды код) қызметін атқарады. Бұл – тамақтың әкелінуі мен қонақтардың назарын аударуға бағытталған дыбыстық белгі, салтанатты атмосфераны бекіту тәсілі. Яғни, музыка ритуалды контекстте вербалды емес, бірақ мағыналық ақпарат тасымалдаушы элементке айналды. Осы тұрғыда күйдің ойнауына семиотикалық тұрғыдан табақ тарту сәтінің басталуын білдіретін таңбалық белгі, этикалық мәдениеттің акустикалық символы ретінде қарауға болады. Демек, дәстүрлі қоғамда табақ тарту үнем, жоспарлылық, мөлшерлілікпен сипатталса, қазіргі кезеңде экономикалық санада молшылық пен ауқаттылықты көрсету ұмтылысына айналғанын байқауымызға болады. Бұл экономикалық санадағы аксиологиялық өзгерісті көрсетеді: дәстүрлі ұжымдық құндылықтар (*тең үлес, қанағат, үнем*) орнына жеке табыс пен әлеуметтік беделге негізделген индивидуалды прагматизм келді. Дегенмен, қазіргі таңда ағаш табақтың қайта сәнге айналуы, ұлттық тағамның табиғи түріне сұраныстың өсуі – экономикалық сананың экологиялық және мәдени бағдарға қайта бет бұрып отырғанын білдіреді. Бұл үрдіс *глобализация* мен *этномәдени идентификацияның теңгерімі* ретінде көрініс тауып отыр. Қазіргі кезеңде табақ тарту рәсімі – тұрақты экономикалық сана мен этномәдени бірегейліктің символдық түйіні. Адамдар ұлттық болмыспен байланысын сақтау арқылы өздерінің экономикалық мінез-кұлқында дәстүрлі қағидаттарды бейсаналы деңгейде ұстануды жалғастырып келеді. Бұл құбылыс бірнеше мәдени-экономикалық бағдарды қамтиды. Біріншіден, жоспарлылық – қазақтың қонақ санына қарай ас әзірлеуі, қажетті мөлшерді алдын ала есептеуі ұжымдық тәжірибеден туындаған экономикалық ұқыптылықтың үлгісі. Екіншіден, тұрақтылық ұстанымы қазіргі дәуірдегі экологиялық санамен сабақтас. Табиғи, экологиялық таза өнімге деген сұраныс пен дәстүрлі өмір салты мен заманауи экологиялық ойлаудың тоғысқан тұсы.

Үшіншіден, моральдық теңгерім қағидасы қазақтың экономикалық санасында сақталып қалған «құрмет» пен «қанағат» ұғымдарының бейнесі болып табылады.

Сол сияқты *құн* ұғымының да қазақ қоғамындағы рөлі жан-жақты болды. *Құн төлеу*, *құн дауы* сияқты ұғымдар біріншіден, ол әлеуметтік әділеттілікті қамтамасыз етудің құралы қызметін атқарды. Біреудің өміріне, денсаулығына немесе мүлкіне зиян келтірген жағдайда, жәбірленуші тарапқа *өтемақы төлеу* арқылы екі жақ арасында әділетті мәміле жасалды. Бұл бейбіт келісім қанды кек алудың алдын алу механизмі ретінде танылды. Екіншіден, құн институты руаралық және қоғамдық тұрақтылықты сақтау тетігі ретінде әрекет етті. *Құн төлеу* арқылы тараптар жанжалдан бас тартып, бейбітшілік сақталды. Үшіншіден, құн дәстүрлі құқықтық жүйенің маңызды элементі болды. «Жеті жарғы» заңдар жинағында құнның мөлшері нақты белгіленіп, өлген немесе жәбір көрген адамның әлеуметтік мәртебесіне байланысты айқындалып отырды. Мәселен, ер адамның құны – 1000 қой, әйелдің құны – 500 қой, ал ақсүйек, сұлтан немесе қожа әулетінен шыққандар үшін құн жеті есеге дейін жоғарылаған [40, 58]. Бұл жүйе әлеуметтік иерархияны, құқықтық теңгерімді және материалдық жауапкершілікті бекітті. Төртіншіден, құн – материалдық жауапкершілік тетігі ретінде жеке адамның ғана емес, бүкіл рудың міндеті ретінде қарастырылды. Мұндай ұжымдық жауапкершілік рудың ішкі бірлігі мен әлеуметтік тәртіпті күшейтті. Бесіншіден, құн төлеу арқылы қоғам мүшелері өз әрекеттерінің салдарын сезініп, құқықтық нормаларға бағыныштылықты арттырды. Сол кездегі құн институтының қоғамдағы маңызын қазақтың мақал-мәтелдері де нақты бейнелейді: *«ердің құны жүз жылқы, ары мың жылқы»*, *«атсыздың атасы құнсыз кетеді»*, *«алдыңа келсе, атаңның құнын кеш»*, *«бір қойда он кісінің құны бар»* деген халық даналықтары бұл ұғымның тарихи және мәдени маңыздылығын дәлелдейді. Бұдан бөлек дәстүрлі қазақ қоғамында «құн» ұғымы тек құқықтық және әлеуметтік қатынастарды реттеуші тетік ретінде ғана емес, сонымен қатар экономикалық құндылықтарды бағалаудың және оларды қолданудың негізгі құралы ретінде қызмет атқарды. Құн институты арқылы қоғамдағы экономикалық қарым-қатынастар реттеліп, материалдық ресурстардың айналымы мен әділетті бөлінуі қамтамасыз етілді. Қазақ халқының шаруашылық жүйесінде мал – негізгі құн өлшемі әрі валюта рөлін атқарған негізгі актив болды. Құн төлеу үдерісінде қой, жылқы, түйе сияқты мал түрлері негізгі есеп бірлігі ретінде қолданылып, олардың құндылығы қазақ қоғамының экономикалық иерархиясында айқын орнықты.

Құн институтының экономикалық функциялары көпқырлы болды. Құнды төлеу көбінесе бай топтардың иелігіндегі мал-мүлік есебінен жүзеге асырылғандықтан, бұл рәсім бай мен кедей топтар арасындағы материалдық ресурстардың бөлінісіне ықпал етіп, экономикалық теңсіздікті бейтараптандыруға жағдай жасады, яғни құн институты қоғам ішіндегі қайта бөлу механизмін жүзеге асырып отырды. Құнды төлеу ұжымдық экономикалық ынтымақтастықты дамытты. Рулық қоғамда құн төлеу – жеке адамның емес, бүкіл рудың жауапкершілігі саналды. Қажетті мал-мүлікті жинау рудың барлық мүшелерінің бірлескен күш-жігерін талап етті. Бұл ішкі әлеуметтік-

экономикалық байланыстарды нығайтып, ұжымдық әрекет ету мәдениетін қалыптастырды. Құн төлеу тәжірибесі өзара қолдау мен көмек көрсетудің дәстүрлі тетігі ретінде ұжымдық экономикалық ынтымақтастықтың маңызды құралына айналды. Сонымен қатар құн институты экономикалық ресурстардың әділетті бөлінуіне негіз қалады. Құн төлемі нәтижесінде мал, азық-түлік және басқа да материалдық игіліктер бір рудан екінші руға өтіп, ресурстардың айналымы жүзеге асты. Бұл өз кезегінде табиғи шаруашылықтың (натуралды экономиканың) дамуына серпін беріп, қоғам ішіндегі экономикалық белсенділікті арттырды, экономикалық тәртіп пен тұрақтылықты қалыптастырды. Қоғам мүшелері құн төлеу міндетін өз әрекеттерінің салдары ретінде түсінді. Құнды өтеу ұжымдық жауапкершілікті талап еткендіктен, жекеменшікке қарағанда ұжымдық меншік пен ортақ игілікті бағалау басым түсіп отырды. Бұл жағдай қазақ қоғамында экономикалық көзқарастардың коллективистік бағытта дамуына ықпал етті. Экономикалық әділеттілік ұғымы да осы негізде орнықты, себебі құн институты материалдық ресурстарды әділетті бөлуді, жәбірленуші тараптың мүддесін қорғауды қамтамасыз етті.

Қазір құн *материалдық өтемақы, айыппұл, сот өндірісі*, яғни моральдық теңгерім құқықтық-қаржылық баланс қызметіне көшті. Қазіргі нарықтық қоғамда «құн» ұғымы экономикалық категория ретінде *баға* мен *эквиваленттік* заңдарына бағынады. Мұнда құн – еңбек шығынының, нарықтық сұраныс пен ұсыныстың нәтижесі. Ол материалдық өлшемге негізделген рационалды категория болып табылады. Алайда қазіргі экономикалық жүйеде «құн» ұғымы таза экономикалық мәнмен шектелмейді. Әлеуметтік және мәдени контексте ол қоғамдық құндылықтар, еңбек этикасы, әділет пен сенім категорияларымен байланысын сақтап отыр. Мысалы, экологиялық таза өнімге, адал еңбекке, ұлттық брендке деген сұраныстың артуы – құнның тек материалдық емес, моральдық және символдық аспектілерінің қайта жаңғыруын көрсетеді. Қазіргі тілдік репрезентациясында құн: *тауар құны, нарықтық құн, баға құны, еңбек құны, валюта құны, адамның құны, өмірдің құны, ар-намыстың құны, уақыттың құнын білу, білімнің құны, еңбектің құнын түсіну* сияқты экономикалық, моральдық, мәдени-символдық мағынада көрінеді. Сонымен қатар *құнсыздану, құнды, құндыздай бағалы, құн жетпес, құнын білу, құнын жоғалту, құнын арттыру, уақыт алтыннан қымбат, уақыттың құнын білу, адамның құнын киімі емес, ісі анықтайды; білімнің құны – еркін ойда; еңбек еткеннің құны кетпейді* т.б. лексикалық және фразеологиялық бірліктер мен метафоралық өрістер арқылы да кең көрініс табады. Қазіргі медиадискурс пен әлеуметтік желіде құн ұғымы *инфляция, валюта бағамы, әлеуметтік әділеттілік* тақырыптарында жиі қолданылады. Бұл мысалдардан құнның қоғамның экономикалық және моральдық теңгерімін сипаттайтын метатілдік белгі ретінде қызмет ететіндігін көруге болады, яғни тілдік санада құн ұғымы тек заттық қана емес, құндылықтық категорияға да айналып отыр.

Сол сияқты *ысырып, үнемшілдік, қанағат, кіріс, шығыс, біркиер, біртұтынар, бірреттік, ырыс, несібе, табыс, сыбаға, береке* сияқты ұғымдары да экономикалық болмыстың тек шаруашылық аспектісін ғана емес, рухани және

этикалық өлшемдерін де қамтиды. Демек, экономикалық сана тілде репрезентациялану арқылы ұлттың дүниетанымдық және мәдени-аксиологиялық кеңістігінің бір бөлігіне айналып отыр.

Ысырап пен *үнемшілдік* кез келген қоғамның экономикалық, моральдық және мәдени құрылымында маңызды рөл атқаратын құндылықтық категориялар. Олар тек экономикалық мінез-құлықты ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік этиканы, дүниетанымды және мәдени сананы айқындайды. Дәстүрлі қазақ мәдениетінде бұл ұғымдар рухани-өнегелік өлшемдермен, ал заманауи мәдениетте тұтынушылық және прагматикалық құндылықтармен ұштасады. Қазақ халқының дәстүрлі танымында *ысырап* сөзі көбіне теріс бағаланған, моральдық тұрғыдан айыпталған ұғым ретінде қалыптасқан. Ислам мәдениетінің ықпалымен *ысырап* ұғымы *құндылықтық шектен шығу, қанағатсыздық, жаратқанның нығметін қадірлемеу* мағынасында орнықты. Осыған байланысты ел арасында: *ысырап – ырысқа қас; қанағат қарын тойғызар; ысырап – жоққа ұшырап* т.б. фраземалар қалыптасты.

«Ысырап» ұғымы психологиялық тұрғыдан алғанда шектен тыс тұтыну, өзін ұстай алмау, дербес бақылаудың әлсіздігімен байланысты адамның қысқа мерзімді рахатқа ұмтылуы (гедонизм), бәсекеге түсу, өзін көрсету ниетімен ұштасады. Кейде – ішкі күйзеліс, эмоциялық тапшылықты тұтыну арқылы өтеу. Мысалы, *көзге көріну үшін қымбат зат алу* – ысыраптың психологиялық мотивациясы, компульсивті сатып алу – стресс пен мазасыздықты уақытша жеңілдетуге бағытталады. Экономикалық деңгейдегі ысырап дегеніміз – тиімсіз ресурсты пайдалану, ол – *қажетсіз шығындар, артық тұтыну, өнімсіз еңбек пен шығын, тұрақсыз бюджеттік мінез-құлық (қарызға өмір сүру, артық сатып алу)*, мемлекеттік деңгейде бюджеттің дұрыс бөлінбеуі, пайдасыз жобаларға қаржы жұмсау т.б. Мысалы, *үкіметтік ысырапшылдық* – бюджетті орынсыз жұмсау; *сатып алушының ысырапшыл таңдауы* – пайдаланылмайтын тауарды алу; энергия, су, азық-түлікті артық пайдалану – макроэкономикалық тиімсіздікке алып келеді.

Құндылық тұрғысынан ысырап – жеке де, қоғамдық та этикаға қайшы ұғым. Көптеген мәдениеттерде ол әдепсіздік, арсыздық, мақтаншақтық символы, әділетсіздікпен байланысты (біреуде жоқ кезде екіншінің артық шығын шығаруы), құндылықтар дағдарысының көрсеткіші (прагматизм мен рухани жұтандықтың белгісі). Мысалы, қазақ мақалдарында: *ысырап түбі – өкініш, асыра сілтеу – арықтықтың белгісі, ысырап – шайтанның ісі* (соңғысы – діни дискурста кең таралған); исламда: *азық пен малды ысырап ету – күнә, зекет берілмеген байлық – қоғам алдындағы қарыз*; экологияда: *ысырапшыл тұтыну – табиғат пен келер ұрпақ алдындағы жауапсыздық*. Осылайша, «ысырап» ұғымы психологиялық деңгейде – өзін бақылаудың әлсіздігі, импульсивті әрекет; экономикалық деңгейде – ресурстарды тиімсіз, артық, мақсатсыз жұмсау; құндылықтық деңгейде – жауапсыздық, мақтаншақтық, әділетсіздік символы.

XX–XXI ғасырлардағы нарықтық қоғам мен жаһандану үдерісі *тұтыну мәдениетін* қалыптастырды. Мұнда *ысырап* ұғымы жиі *жоғары статус, қымбат тұтыну, молшылықты көрсету, молшылықпен мақтану* мағынасында

бейнеленеді. Заманауи медиадискурста «ысырап» сөзі кейде ирониялық, не эстетикалық мәнде қолданылады: *той десе, қазақ ысырапқа кетеді, ысырап та сәнге айналды*. Бұл қолданыстарда ысырап әлеуметтік бедел мен сәннің белгісі ретінде репрезентацияланады.

Дәстүрлі қоғамда *үнемшілдік* тек экономикалық үнем емес, ол *қанағат, сабыр, еңбекқорлық, ыждағаттылық* сияқты моральдық қасиеттермен сабақтас. Үнемшіл адам ақылмен іс қылатын, келешекті ойлайтын тұлға. Үнемшілдік психологиялық тұрғыда адамның тәуекелден сақтану, болашаққа қамдану, басқару мен тәртіпке ұмтылуының нәтижесі, сонымен қатар жинақтауға бейімділік, қанағатшыл мінез. Мысалы, *бүгінгі үнем – ертеңгі еркіндік* бүгінгі күннің психологиялық бағдарлы мотивациясына айналып отыр. Экономикада үнемшілдік – *ресурстарды тиімді пайдалану, шығындарды жоспарлау, артық тұтынудан бас тарту, бюджеттік тәртіп, инвестициялық тиімділік*. Мысалы, *бюджет құру* – жеке қаржылық тәртіптің көрінісі. *Энергияны үнемдеу, азық-түлік ысырабын болдырмау* – макроэкономикалық тұрақтылықты арттырады. Мемлекет деңгейінде үнемшіл басқару – *артық әкімшілік шығындарды қысқарту, мақсатты субсидиялар*. Экономикалық тұрғыда бұл – рационалды, ұзақмерзімді шешімдердің негізі. Құндылықтық тұрғыдан үнемшілдік – ақылдылық, ұқыптылық, жинақылық, тәртіптілік ұғымдарымен қатар тұрады. Діни және дәстүрлі мәдениеттерде этикалық борыш ретінде қарастырылады. Материалдық пен руханилықтың тепе-теңдігін көрсетеді. Мысалы, қазақ мақалдары *артық байлық – бас жармайды, артық сөз – бас жардырады; қанағат қарын тойғызар* – үнемшілдік пен қанағат үндестігі көрініс тапса, исламда *жеңіл тамақ іш, үнемде, ысырап етпе* деген ұстанымдар мұсылманның өмірлік қағидатына айналып отыр. Посткапиталистік көзқараста жайлы, сапалы, бірақ артық тұтынусыз өмір сүру – қазіргі жас буынның тұрақты өмір салтына айналып бара жатыр. Осылайша, «үнемшілдік» ұғымы психологиялық деңгейде – болашақты ойлау, ішкі тәртіп пен өзін-өзі бақылау, экономикалық деңгейде – ресурстарды ұтымды пайдалану мен тұрақты даму негізі, құндылықтық деңгейде – моральдық, рухани биіктік, ұқыптылық пен ұстамдылықтың көрінісі болып табылады.

Заманауи қоғамда *үнемшілдік* ұғымы экономикалық тиімділік, ресурстарды ұтымды пайдалану, экологиялық сана тұрғысынан жаңаша мәнге ие болды. Мысалы, медиатілде *эко-үнемшіл өмір салты, рационалды тұтынушы* деген тіркестер пайда болды. Қазақ тілінде ысырап пен үнемшілдікті білдіретін кең лексикалық өріс бар: *ысырап, ысырапшылдық, шаппалық, дарақылық, дарақы, қанағат, үнем, ұқыптылық, сараңдық, ұтымдылық т.б.* Бұл сөздер бағалауыштық (аксиологиялық) реңкке ие және мәдениеттегі моральдық өлшемдерді бейнелейді. Сондай-ақ *асырап алсаң да, ысырап етпе; қанағатсызға дүние тар; теңге тиыннан құралады* деген сияқты фразеологизмдер үнемшілдік пен жоспарлылықты насихаттайды. Тілдік сананың когнитивтік деңгейінде *ысырап* концепті *су тасқыны, желге ұшу, құмға сіңу* сияқты бейнелермен сипатталады, яғни жоғалу, жойылу метафораларымен

беріледі. Ал *үнемшілдік* концепті *тұрақтылық, тамшыдан көл жасау, дән жинау* сияқты бейнелермен репрезентацияланады.

Экономикалық санадағы когнитивтік трансформация тілдік бірліктердің мәндік кеңістігінде де айқындалады. Бұрын *жинау, сақтау, ысырап қылмау* сияқты лексемалар тұрмыстық үнемшілдікті білдірсе, қазір олар *жоспарлау, бюджеттеу, инвестициялау* сияқты терминдер арқылы жаңа рационалды мазмұнға ие болды. Демек, экономикалық тілдік сана дәстүрлі моральдық-ұжымдық өлшемнен технократиялық және нарықтық бағдарға көшті. Қазіргі замандағы экономикалық сана цифрлық мәдениетпен де тығыз байланысты. Тілде *онлайн сауда, маркетплейс, кэшбэк, жеңілдік, интернет-дүкен* сияқты ұғымдардың кеңінен қолданылуы экономикалық коммуникацияның жаңа дискурстық формасын қалыптастырды. Бұл тілдік кеңістік адамның экономикалық мінез-құлқын, тұтынушылық стратегиясын және әлеуметтік мәртебе сезімін де өзгертті.

Осылайша, заманауи экономикалық модус дәстүрлі экономикалық мәдениетті толық ығыстырмай, оның семантикалық негіздерін жаңа когнитивтік және прагматикалық контексте қайта құрылымдады. Қазіргі заманауи модус аясында экономикалық сана тек дерексіз экономикалық категорияларды ғана емес, сонымен бірге қоғамның рухани-мәдени құндылықтарын да қамтитын күрделі дискурстық тәжірибе ретінде танылады. Осылайша, экономикалық ұғымдардың тілдік бейнеленуі дәстүр мен жаңашылдықтың, рационалды таным мен аксиологиялық бағалаудың өзара ықпалдастығын көрсетіп, ұлттық мәдениеттің экономикалық дүниетанымдағы тарихи сабақтастығын дәлелдейді.

3 ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНА ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНЫҢ КЕҢЕСТІК ЖӘНЕ ТӘУЕЛСІЗДІК КЕЗЕҢ МОДУС ТІЛДЕРІНДЕГІ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ

3.1 Тілдік қауымдастық экономикалық санасының кеңестік және тәуелсіздік кезеңдер лексикасындағы көрінісі: квантитативті лингвостатистикалық талдау

Лингвистика ғылымы көптеген гуманитарлық және қолданбалы ғылым салаларымен белгілі бір дәрежеде тоғысады, өзара құрмаласу пәнаралық зерттеу бағыттарының пайда болуына септігін тигізеді. Лингвистикада квантитативті талдау әдісі ХХ ғасырда пайда болды [214]. Осы кезеңнен бастап жаратылыстану және гуманитарлық зерттеулер сандық есептеулерге жүгіне бастады. Уақыт өте келе квантитативті әдіс ғылымда өз орнын тапты, бұл тәсілдің пайда болуы лингвистикалық теорияға едәуір ықпал етті, мәтінді жаңа қырынан талдауға мүмкіндік берді. Квантитативтік әдіс негізінен сандық деректерді пайдаланады (мәндер матрицасы, статистикалық рәсімдерге негізделген математикалық формулалар). Деректерді өңдеудің стандартталған тәсілін қолданады (статистика), зерттеу басталғанға дейін айнымалыларды немесе категорияларды айқындайды. Квантитативті әдістің басқа әдіс түрлерінен басты айырмашылығы – оның нақтылығы, нәтижелердің біркәнділігі.

Квантитативті әдістің кең таралуы лингвистикада квантитативтік лингвистика (*quantitative linguistics*) бағытының қалыптасуына ықпал етті. Бұл сала қолданбалы лингвистиканың бір тармағы. Математикалық статистикада белгілі әдістер тіл заңдылығын, құрлымын, тілдік жүйедегі өзгерістерді анықтауға мүмкіндік береді. Статистикалық зерттеулердің нәтижелері тек сипаттамалық мәнге ғана емес, тілдің қызмет етуі мен дамуы жөніндегі теорияға да ықпал етуі мүмкін. Квантитативті лингвистиканың мақсаты – тілдің қызмет ету заңдылығын математикалық аппарат көмегімен анықтау. Квантитативтік лингвистиканың әдістері тілдің әртүрлі жүйелерінде: фонетикалық, орфографиялық, лексикалық және грамматикалық деңгейлерінде қолданылады. Дей тұрғанмен, ең жиі қолданылатын саласы – лексикология, онда сөздік құрамның сапалық сипаттамасын, сөздің жиілігін немесе қолданыс дұрыстығын зерттеуге мүмкіндік береді.

Кез келген ғылым саласында екі түрлі: сандық және сапалық әдіс қолданылады. Квантитативтік және сапалық әдістер (*quantitative vs. qualitative*) арасында белгілі бір айырмашылықтар ажыратылады. Сапалық зерттеулер көбіне сандық емес деректерді жинауға, оларды статистикалық емес тәсілмен талдауға негізделеді. А. Лазаратонның пікірінше, квантитативтік әдіс тілдік құбылыстардың жиілігін анықтауға мүмкіндік береді, ал сапалық әдіс оның себебін анықтайды [215]. Д. Ньюнан квантитативтік пен сапалық әдістердің айырмашылығын критерийі тұрғысынан қарастырады. Оның пікірінше, әдісті таңдаудағы басты мәселе – зерттелетін нысанның ең алдымен іріктеу дәрежесін, екінші – нысанға ықпал ету деңгейін айқындау [216].

Квантитативтік талдау лингвистикалық зерттеулерде маңызды рөл атқарады. Ол тек зерттеліп отырған объектіні талдап қана қоймай, оның қолданыс жиілігін, заңдылығын, себептерін айқындайды. Статистикалық әдістерге сүйенген зерттеудің мұндай түрі – *лингвостатистикалық талдау* деп аталады. Лингвостатистикалық талдаудан алынған деректер жиілік сөздік құрастыруға немесе мәтіннің статистикалық сипаттамасын анықтауға негіз болады.

Экономикалық сананы квантитативті талдау – бұл адамның экономикалық іс-әрекеттегі түсінігін, білімін, қажеттілігін зерттеу мақсатында сандық әдістерді қолдану тәсілі. Мұндай талдау экономикалық ойлаудың әртүрлі қырларын өлшеуге, салыстыруға мүмкіндік береді. Алынған мәліметтерді өңдеу үшін статистикалық және математикалық әдістер қолданылады. Бұл әдіс деректерді сауалнама, эксперимент және басқа да ақпарат жинау тәсілдері арқылы алуға негізделеді.

Әрбір тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы кеңестік пен уақыт контекстінде тарихи, мәдени, саяси, әлеуметтік түрткіжайттар себебінен қалыптасты. Соңғы жылдары бірқатар тілтанушы ғалымдар кеңестік және тәуелсіздік кезеңдерінде қазақ тілдік санасында орын алған трансформацияға назар аударуды ұсынады, себебі қазақ тілдік қауымдастығының экономикалық санасы көшпенді дәстүрден, кеңестік жоспарлы экономикадан қазіргі нарықтық қатынасқа дейінгі тарихи экволюцияны басынан өткерді. Мұндай трансформациялық жолдың іздері қазіргі қазақ тілінің лексикасында, фразеологиясында, дискурсында, паремиясында сақталды.

Қазақ тілінің функциясы мен дамуының кеңестік кезеңі тіл тағдыры үшін айрықша маңызды үдерістермен ерекшеленді. Аталмыш кезеңде қазақ тілінің лексика-семантикалық жүйесі айтарлықтай өзгерді. Отандық ғылымда қазақ лексикасының өзгеріске ұшырауының себептерін, түрткіжайттарын жан-жақты талқылап, талдауға арналған бірқатар ғылыми еңбектер бар.

Кеңестік кезең халық дамуының жалпы динамикасындағы маңызды белес, ол өз дәуірінің тілдік жүйесінде ғана емес, ұлттық мәдениетте сол уақыттың ауқымды, вербалды макромәтінінде көрініс тапты, оған себеп: кеңестік дәуірде халықтың өмір сүру салаларының барлығында (ғылымда, өндірісте, өнерде, көркем әдебиетте т.б.) кейінгі ұрпаққа құнды мұра болатын туындылар дүниеге келді. Қазіргі тіл ғылымында қазақ тілдік қауымдастығының тілдік санасы, оның бейнесі, ұлттық экономикалық санасының тілдегі репрезентациясы ерекше назарға алынып отыр. Бұл жердегі қазақ тілдік қауымдастығының ұлттық экономикалық санасы дегеніміз – қоғамның тарихи, мәдени, саяси, әлеуметтік жағдайларының тікелей тілде көрініс табуы.

Тілде экономикалық сана тілдік бірліктер арқылы репрезентацияланады. Әрбір тілдік бірлік белгілі бір мәдени-экономикалық құбылыстың, реалийлердің, қатынастың бейнесі болып табылады, себебі тіл экономикалық сананы нысан етіп алады (объективтендіреді). Кеңестік кезеңде тілдің негізгі тетіктері *еңбек, жоспар, ұжым, социализм, теңдік* сияқты ұғымдардан тұрды. Мұндай лексемалар қоғамдық санада жеке пайдадан гөрі ұжымдық мүддені жоғары

қойды, ортақ игілікті басты құндылық ретінде қабылдады. Қоғамдық көзқарастың өзгеруі өз алдына түрлі саяси, әлеуметтік-экономикалық қатынастардағы ақиқатты пайымдау сипатын өзгертті. Өз кезегінде мұндай құбылыс ұлттық концептосферадағы базалық концептілерді қайта топтастыруға, бұрын белсенді қолданылған тілдік бірліктердің пассив қорға ауысуына себеп болды. Халық әдетте, тілдік құралдарды ұмыт қалдырмайды, белгілі бір уақыттан кейін пассив қорға түскен сөздердің көбі қайта жаңарып, қайта жаңғырып, тілдің жаңа жағдайында қайта ұғынылады, себебі тіл халық танымы, мәдениеті туралы ақпаратты ғасырлар бойы бойына жинақтайды. Қазіргі тарихи даму кезеңінде кеңестік дәуір лексикасы толықтай пассив қорға өткен жоқ, ол әлі де КСРО құрамында туып, дүниетанымы сол заманда қалыптасқан ұрпақтың санасында «жанды» қалпында сақталып келеді.

Экономикалық лексика, терминология, мақал-мәтелдер мен тұрақты тіркестер қоғамның экономикалық ойлау ерекшелігін айқындайды. Кеңестік кезеңнің басты идеологиялық өзегі болған марксизм-ленинизм ілімі ол кезде сакралдық құндылық деңгейінде болды. Сол себепті осы тарихи кезеңде пайда болған концептілер тілде көбіне күшейтілген экспрессивті құралдар арқылы репрезентацияланады. Мұндай тіркестер ақиқатты бейнелі түрде картиналық образдар арқылы жеткізді. Мәселен, *жеңілмейтін, ұлы, қуатты, құдіретті, интернационалдық, сенімді, күрес, мақсат қою, әрекетке үндеу, жоғары идеалдарға ұмтылу, насихаттау, жасырын немесе ашық қауіп төндіру, асыл мұрат, рух қуаты, темірдей тәртіп, қозғалыс белсенділері, жастардың патриоттық бастамасы, комсомолдың екпінді құрылысы, коллективизм рухы, съезд, ұлы жетістіктер, бүкілхалықтық құрылыс, төрт жылда бесжылдықты орындау, халық мүлкін қорғау, ерлікке толы, екпінді, алдыңғы қатарлы, жалынды* тағы басқа сияқты кеңестік кезеңнің негізгі идеологиялық пафосын білдіретін сөздер күнделікті құбылыстарды ерекше тарихи миссия ретінде жаңа, бақытты дәуірдің бастауына жол ашатын қаһармандық әрекет ретінде көрсетті. Сонымен қатар кеңестік дискурста экспрессивті лексика жиі қолданылды. Ұлы жетістіктер, жастардың патриоттық бастамасы, еңбек ерлігі, бүкілхалықтық құрылыс сияқты тіркестер қоғамды идеологиялық тұрғыдан ұйымдастыруға қызмет етті. Кеңес дәуірінде тіл тек шындықты бейнелеуші құрал ғана емес, сонымен бірге белгілі бір идеологиялық мақсатты жүзеге асырушы күшке айналды. Мысалы, «хатшы» сөзінің қарапайым мағынадан билік өкілін білдіретін мәнге ауысуы немесе «спец» үлгісіндегі сөздердің (спецдүкен, спецлагерь) қолданысы бұған айқын мысал бола алады. Мұндай номинациялар арқылы қоғамдағы шынайы теңсіздік пен билік иерархиясы жасырын түрде кодталды, яғни кеңестік кезеңдегі экономикалық сана тілде ұжымшылдық пен мемлекеттік жоспарға бағынышты құрылымда көрініс тапты.

Сонымен қатар кеңестік кезең тілінде экспрессияға қарама-қарсы белгілі бір құбылыстардың мәнін бүркемелеуге бағытталған тенденция да байқалады. Мысалы, партия басшылығында елдің бүкіл билігі шоғырланған тұлғаны *хатшы* деп атау қалыптасты. Бұл атау дәстүрлі мағынада *хатшы, іс жүргізуші* дегенді білдірсе, кеңестік кезеңде ол жоғарғы билік өкілін білдіретін семемамен

толықты. Осылайша, бастапқы мағынадағы *қосалқы, қағазбасты қызметкер* семалары бейтараптанып, оның орнына *жетекші, шешім қабылдаушы, тәртіп орнатушы* сияқты жаңа семалар үстелді. А.А. Потебня атап өткендей, әрбір жаңа мағына бұрынғы мағынамен байланысын сақтайды. Мысалы, «хатшы» сөзінің жаңа кеңестік семемасы да бастапқы семадан туындаған «жүйелілік, құжаттау, жауапкершілік» сияқты белгілерді сақтап, аталмыш сөзге жағымды имидж үстеді.

Кеңестік кезеңнің тағы бір ерекшелігі – *спец* элементі арқылы жасалған сөздер: *спецбольница, спецдүкен, спецлагерь, спецтехникум* т.б. Мұндай номинациялар арқылы қоғамдағы жабық әлеуметтік институттардың шынайы мәні визуалданды. Орыстың «специальный» сөзінің семантикасы объектінің нақты мәнін жасырды. Бұл тәсіл партиялық элитаға арналған мекемелерді (спецдүкен), сондай-ақ «халық жауларына» арналған мекемелерді (спецлагерь) белгілеуде қолданылды. Осылайша, *спец*-моделі қоғамдағы шынайы теңсіздікті бүркемелейтін пәрменді тілдік құралға айналды. Демек, кеңестік дәуір қазақ тілдік қауымдастығының экономикалық санасына елеулі өзгеріс әкелді. Экономикалық сана бұл кезеңде тілде ұжымшылдық пен мемлекеттік жоспарға бағынышты репрезентацияланды. Экономикалық лексикада *коллектив, жоспар, бесжылдық, социалистік жарыс, еңбек ерлігі* сияқты ұғымдар жиілігі жоғары қолданыста болды.

Кеңестік дәуірде тіл білімінде сөздердің жиілігін зерттеу айрықша маңызға ие болды. Бұл бағыт кеңестік корпусстық лингвистиканың алғашқы қадамдарымен байланысты қалыптасты. Лексикалық бірліктердің жиілігін анықтау тек тілдің құрылымын сипаттап қана қоймай, сонымен қатар әлеуметтік-саяси өмірдің тілде көрініс табуын айқындауға мүмкіндік берді. Орыстың белгілі лингвист ғалымы А.А.Зализняк орыс тіліндегі сөз формаларының жиілігін зерттеп «Грамматический словарь русского языка» еңбегінде статистикалық мәліметтер келтірді [217]. Л.В.Щерба тілдің құрлымын сипаттауда жиілік принципінің маңызын көрсетті [218]. А.А.Смериницкий, В.В.Виноградов әдеби тілдің дамуындағы жиілік заңдылықтарын қарастырды [219]. Қазақ тіл білімінде І. Кеңесбаев [220], Ә. Қайдар [221], Р. Сыздықова еңбектерінде қазақ әдеби тілінің дамуындағы сөз қолдану ерекшеліктері мен олардың функционалды сипаты талданды [222]. Кеңестік кезеңде арнайы жиілік сөздіктер әзірленіп, оқыту ісінде қолданыла бастады. Мәселен, «Орыс тілінің жиілік сөздігі» (1977) орыс тілінің кеңестік кеңістігіндегі лексикалық нормаларын көрсететін маңызды дереккөз болып табылады [223].

Кеңестік дәуірде әлеуметтік, саяси сипаттағы лексика жоғары жиілігімен ерекшеленді, оның ішінде *партия, коммунизм, социализм, ленинизм, интернационализм, коллектив* сынды идеологиялық лексика; *жоспар, бесжылдық, колхоз, совхоз, еңбек, өндіріс, индустрия, жұмысшы, шаруа* сынды экономикалық терминдер; *пионер, комсомол, халықтар достастығы, мектеп* сынды мәдени және әлеуметтік сөздер; *бірлік, май, жарқын болашақ, жаңа адам* сынды ұранды қолданыстар жиі қолданылды.

1977 жылы жарық көрген «Орыс тілінің жиілік сөздігінде» кеңестік кезеңдегі публицистикалық, ғылыми, көркем проза, драматургия, газет-журнал мәтіндерінде экономикалық қатынастарға қатысы бар: *өнім* (продукция) сөзінің абсолютті жиілігі – 1638 рет кездесе, *коллектив* сөзі – 1630 рет; *еңбек* (труд) сөзі – 1240; *жоспар* (план) – 980; *ұжым* (коллектив) – 860; *социализм* – 720; *теңдік* – 640; *кооператив* – 410; *банк* – 140; *меншік* – 65; *баға* (цена) – 58; *несие* (кредит) – 55; *нарық* (рынок) – 45; *бәсеке* (конкуренция) – 15; *табыс* (доход) – 35; *қаржы* (финансы) – 22; *кәсіпкерлік* (предпринимательство) – 10; *бизнес* – 5 рет қайталанған. Сол замандағы жиілік зерттеулер кеңестік кезеңнің идеологиялық дискурсын анық көрсетеді. Лексикалық қордағы ең жиі қолданылатын тілдік бірліктер қоғамның негізгі құндылықтарын бейнелейтін тілдік репрезентанттар болып табылады. Осы тұрғыдан алғанда жиіліктік талдау тілдің әлеуметтік қызметін зерттеудің маңызды құралына айналды. Бұл жиілігі жоғары атаулар, ұғымдар мен терминдер халық санасында жеке экономикалық пайдадан гөрі қоғамдық мүддені, ұжымдық игілікті басты орынға қоюды қалыптастырғаны анық көрінеді. Мұндай лексемалар сол замандағы қоғамның экономикалық санасының негізгі тірегін ұжымшылдық, мемлекеттік реттеу, идеология бағыттары құрағанын және олар күшті болғанын дәлелдейді.

Тәуелсіздік жылдары Қазақстан жаңа экономикалық шындыққа бет бұрды. 1991 жылдан кейін нарықтық қатынастарға көшу қазақ тілінде жаңа лексикалық қабаттың пайда болуына әкелді. Тәуелсіздік Қазақстан халқының экономикалық белсенділігін арттырды. Тәуелсіздік алғанға дейінгі экономикалық сананың тілде көрініс тапқан репрезентанттарына жасалған салыстырмалы зерттеу оның қазіргі кезде трансформацияға ұшырағанын байқатты. Бұл ізденістегі ұлттық сауда, бизнес саласын қамтитын қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурс лексикасына жасалған лингвостатистикалық талдау нәтижесінде айқын көрінді. Қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурсқа қатысты 180 148 сөзқолданыстан тұратын электронды мәтіндер, медиа-тұлғалардың экономика, сауда, қаржы, кәсіпкерлік тақырыбындағы сұхбаттары «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналды және олардың жиілігі шығарылды. Мәселен, осы мәлімет ішінде «компания» сөзінің жиілігі ең жоғары болды, абсолютті жиілігі – 1184 рет кездесті, ал оның мәтінді қамту пайызы – 0,00712 % құрады. «Жұмыс» терминінің абсолютті жиілігі – 1000 рет қайтalandы, мәтінді қамту пайызы – 0,00600 % құрады; «нарық» сөзінікі – 667, мәтінді қамту пайызы – 0,00401 %; «бизнес» сөзінікі – 612, мәтінді қамту пайызы – 0,00377 %; «теңге» сөзінікі – 584, мәтінді қамту пайызы – 0,00351 %; «қаржы» сөзінікі – 299, мәтінді қамту пайызы – 0,00180 %; «сауда» сөзінікі – 258, мәтінді қамту пайызы – 0,00155 %; «ақша» сөзінікі – 184, мәтінді қамту пайызы – 0,00111; «инвестиция» сөзінікі – 181, мәтінді қамту пайызы – 0,00109 % [224]. Жиілік тізбегінің толық нұсқасы төменде Б-қосымшада берілді.

Мұндағы терминнің абсолютті жиілігі дегеніміз бұл – сөздердің немесе сөзформаларының мәтінде қайталану жиілігін көрсететін бүтін сан, ал сөздің мәтінді қамту пайызы дегеніміз – сөздік тізбесінде қатарынан тұрған сөздердің мәтінді түсінуге қатысты үлесінің көрсеткіші деуге де болады. Бұл көрсеткіштің

жеке сөздерге ешқандай қатысы жоқ, ол басынан бастағандағы бір топ сөзге қатысты жиынтық көрсеткіш болып табылады [225].

Кесте 6 – «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналған мәтіндегі экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі бойынша тізбегі

Сөз	Қайталану жиілігі	Жиілік %	%	Бір топ сөздің мәтінді қамту пайызы
1	2	3	4	5
компания/зт	1184	0,00712	100,00%	14,84846479
жұмыс/зт	999	0,00601	100,00%	24,74744132
нарық/зт	667	0,00401	100,00%	39,59590611
бизнес/зт	612	0,00368	100,00%	44,54539438
теңге/зт	584	0,00351	100,00%	47,84505322
жоба/зт	509	0,00306	100,00%	59,39385917
қызмет/зт	455	0,00274	100,00%	72,59249454
банк/зт	418	0,00252	100,00%	87,44095933
уақыт/зт	394	0,00237	100,00%	92,3904476
жаңа/сн	392	0,00236	100,00%	94,04027702
доллар/зт	377	0,00227	100,00%	100,6395947
жоғары/үс	370	0,00223	100,00%	103,9392535
баға/зт	365	0,00220	100,00%	107,2389124
көрсеткіш/зт	312	0,00188	100,00%	135,2860126
табыс/зт	310	0,00187	100,00%	136,935842
қаржы/зт	299	0,00180	100,00%	146,8348185
өнім/зт	295	0,00177	100,00%	150,1344773
сарапшы/зт	269	0,00162	100,00%	164,9829421
көлем/зт	263	0,00158	100,00%	169,9324304
экономика/зт	258	0,00155	100,00%	174,8819187
сауда/зт	258	0,00155	100,00%	176,5317481
қазіргі/сн	238	0,00143	100,00%	212,8279954
халықаралық/сн	236	0,00142	100,00%	216,1276542
үлес/зт	234	0,00141	100,00%	217,7774836
бағдарлама/зт	234	0,00141	100,00%	219,427313
зейнетақы/зт	225	0,00135	100,00%	226,0266307
төлем/зт	223	0,00134	100,00%	227,6764601
нәтиже/зт	207	0,00125	100,00%	254,0737309
жалпы/сн	206	0,00124	100,00%	255,7235603
кәсіпкер/зт	200	0,00120	100,00%	262,322878
ақша/зт	184	0,00111	100,00%	287,0703193
жеке/сн	183	0,00110	100,00%	290,3699782
сақтандыр/ет	181	0,00109	100,00%	293,669637
инвестиция/зт	181	0,00109	100,00%	295,3194664
тауар/зт	177	0,00106	100,00%	303,5686135
сұраныс/зт	172	0,00103	100,00%	316,7672489

6 – кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
шешім/зт	164	0,00099	100,00%	325,016396
технология/зт	163	0,00098	100,00%	328,3160548
еңбек/зт	163	0,00098	100,00%	331,6157137
бірге/үс	162	0,00097	100,00%	333,2655431
пайдалан/ет	161	0,00097	100,00%	334,9153725
маңызды/шл	161	0,00097	100,00%	336,565202
кезең/зт	160	0,00096	100,00%	338,2150314
қызметкер/зт	158	0,00095	100,00%	343,1645196
пайда/зт	157	0,00094	100,00%	344,8143491
талап/зт	156	0,00094	100,00%	346,4641785
құн/зт	153	0,00092	100,00%	356,363155
жоспар/зт	151	0,00091	100,00%	362,9624727
инвестициялық/сн	150	0,00090	100,00%	367,911961
тәжірибе/зт	149	0,00090	100,00%	371,2116198
инвестор/зт	143	0,00086	100,00%	386,0600846
экономикалық/сн	139	0,00084	100,00%	397,6088905
ұйым/зт	137	0,00082	100,00%	407,5078671
тапсырыс/зт	137	0,00082	100,00%	410,8075259
шығын/зт	136	0,00082	100,00%	419,056673
қаражат/зт	135	0,00081	100,00%	430,605479
клиент/зт	135	0,00081	100,00%	433,9051378
ауқым/зт	129	0,00078	100,00%	455,3529203
тиімді/сн	128	0,00077	100,00%	457,0027497
өндіріс/зт	124	0,00075	100,00%	471,8512145
болжам/зт	123	0,00074	100,00%	478,4505322
акция/зт	120	0,00072	100,00%	488,3495087
капитал/зт	118	0,00071	100,00%	491,6491676
жинақ/зт	117	0,00070	100,00%	499,8983147
мөлшерлеме/зт	114	0,00069	100,00%	506,4976324
сома/зт	112	0,00067	100,00%	519,6962677
келісім/зт	111	0,00067	100,00%	527,9454148
ықпал/зт	110	0,00066	100,00%	532,8949031
төмен/үс	110	0,00066	100,00%	534,5447325
сектор/зт	109	0,00066	100,00%	539,4942208
төле/ет	107	0,00064	100,00%	544,443709
өсім/зт	105	0,00063	100,00%	551,0430267
активтер/зт	105	0,00063	100,00%	559,2921738
жылдық/сн	104	0,00063	100,00%	560,9420033
серіктес/зт	103	0,00062	100,00%	565,8914915
рейтинг/зт	103	0,00062	100,00%	569,1911504
дағдарыс/зт	103	0,00062	100,00%	570,8409798
сапа/зт	101	0,00061	100,00%	577,4402975
бизнесмен/зт	100	0,00060	100,00%	585,6894446

6 – кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
жергілікті/сн	99	0,00060	100,00%	590,6389328
экспорт/зт	98	0,00059	100,00%	592,2887623
биржа/зт	98	0,00059	100,00%	597,2382505
өндірі/ет	97	0,00058	100,00%	600,5379094
орташа/сн	97	0,00058	100,00%	602,1877388
несие/зт	96	0,00058	100,00%	613,7365447
кір/ет	96	0,00058	100,00%	615,3863742
салымшы/зт	95	0,00057	100,00%	621,9856919
шаруашылық/зт	91	0,00055	100,00%	633,5344978
өзгеріс/зт	89	0,00054	100,00%	641,7836449
шағын/сн	87	0,00052	100,00%	648,3829626
тұрақты/сн	86	0,00052	100,00%	654,9822803
қайырымдылық/зт	86	0,00052	100,00%	656,6321097
кәсіби/сн	86	0,00052	100,00%	658,2819391
кәсіпорын/зт	85	0,00051	100,00%	668,1809156
бағала/ет	84	0,00051	100,00%	674,7802333
тұтынушы/зт	83	0,00050	100,00%	681,379551
кіріс/зт	82	0,00049	100,00%	694,5781864
валюта/зт	82	0,00049	100,00%	699,5276747
саясат/зт	81	0,00049	100,00%	701,1775041
қарыз/зт	81	0,00049	100,00%	704,4771629
зауыт/зт	81	0,00049	100,00%	707,7768218
қаржылық/сн	80	0,00048	100,00%	716,0259689
қауымдастық/зт	80	0,00048	100,00%	717,6757983
күш/зт	79	0,00048	100,00%	720,9754571
бренд/зт	79	0,00048	100,00%	725,9249454
жоспарла/ет	77	0,00046	100,00%	730,8744337
бағам/зт	77	0,00046	100,00%	735,8239219
аудар/ет	77	0,00046	100,00%	737,4737513
түсір/ет	76	0,00046	100,00%	739,1235808
сенім/зт	75	0,00045	100,00%	744,073069
пайыз/зт	75	0,00045	100,00%	745,7228985
жаһандық/сн	75	0,00045	100,00%	753,9720456
инфляция/зт	74	0,00045	100,00%	763,8710221
процесс/зт	71	0,00043	100,00%	796,8676105
кәсіп/зт	70	0,00042	100,00%	810,0662459
реформа/зт	68	0,00041	100,00%	839,7631755
кепілдік/зт	68	0,00041	100,00%	848,0123226
дүкен/зт	68	0,00041	100,00%	849,662152
құжат/зт	67	0,00040	100,00%	852,9618108
команда/зт	67	0,00040	100,00%	854,6116403
агенттік/зт	67	0,00040	100,00%	861,2109579
ұйымдастыр/ет	66	0,00040	100,00%	862,8607874

6 – кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
тәуекел/зт	65	0,00039	100,00%	874,4095933
қарқын/зт	65	0,00039	100,00%	877,7092522
баррель/зт	65	0,00039	100,00%	884,3085698
қадам/зт	64	0,00039	100,00%	889,2580581
шарт/зт	63	0,00038	100,00%	894,2075464
сыйақы/зт	63	0,00038	100,00%	899,1570346
салық/зт	63	0,00038	100,00%	900,8068641
материал/зт	62	0,00037	100,00%	912,35567
курс/зт	62	0,00037	100,00%	915,6553289
бюджет/зт	62	0,00037	100,00%	922,2546465
жина/ет	61	0,00037	100,00%	935,4532819
депозит/зт	61	0,00037	100,00%	942,0525996
ағымдағы/сн	61	0,00037	100,00%	943,702429
фактор/зт	60	0,00036	100,00%	947,0020879
серіктестік/зт	60	0,00036	100,00%	948,6519173
мамандық/зт	60	0,00036	100,00%	953,6014055
көтер/ет	60	0,00036	100,00%	955,251235
интернет/зт	60	0,00036	100,00%	956,9010644
жоспарлан/ет	60	0,00036	100,00%	958,5508938
ғылым/зт	60	0,00036	100,00%	960,2007232
бәсеке/зт	60	0,00036	100,00%	961,8505527
сауалнама/зт	59	0,00035	100,00%	963,5003821
корпорация/зт	59	0,00035	100,00%	965,1502115
мал/зт	57	0,00034	100,00%	988,2478234
өндіруші/зт	56	0,00034	100,00%	998,1467999
миллион/са	56	0,00034	100,00%	1001,446459
айналым/зт	55	0,00033	100,00%	1009,695606
қатынас/зт	54	0,00032	100,00%	1019,594582
меншік/зт	53	0,00032	100,00%	1032,793218
бастапқы/сн	53	0,00032	100,00%	1044,342024
баспана/зт	53	0,00032	100,00%	1045,991853
импорт/зт	52	0,00031	100,00%	1052,591171
бастама/зт	52	0,00031	100,00%	1054,241
платформа/зт	51	0,00031	100,00%	1059,190489
портфель/зт	51	0,00031	100,00%	1060,840318
құрылтайшы/зт	51	0,00031	100,00%	1069,089465
қосымша/үс	50	0,00030	100,00%	1085,587759
шығыс/зт	48	0,00029	100,00%	1107,035542
шикізат/зт	48	0,00029	100,00%	1108,685371
бұйым/зт	48	0,00029	100,00%	1123,533836
белсенділік/зт	47	0,00028	100,00%	1141,68196
біржолғы/сн	47	0,00028	100,00%	1143,331789
алтын/зт	47	0,00028	100,00%	1146,631448

6 – кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
шебер/зт	46	0,00028	100,00%	1148,281277
сыртқы/сн	46	0,00028	100,00%	1151,580936
стандарт/зт	46	0,00028	100,00%	1153,230766
қиындық/зт	46	0,00028	100,00%	1154,880595
қағаз/зт	46	0,00028	100,00%	1156,530424
кіріс/ет	46	0,00028	100,00%	1158,180254
жалақы/зт	46	0,00028	100,00%	1161,479913
статистика/зт	45	0,00027	100,00%	1179,628036
қауіпсіздік/зт	44	0,00026	100,00%	1207,675136
кредит/зт	44	0,00026	100,00%	1210,974795
индустрия/зт	44	0,00026	100,00%	1212,624625
базалық/сн	44	0,00026	100,00%	1215,924284
кәсіпкерлік/зт	43	0,00026	100,00%	1232,422578
акционер/зт	43	0,00026	100,00%	1240,671725
холдинг/зт	42	0,00025	100,00%	1242,321554
ықтимал/үс	42	0,00025	100,00%	1243,971384
байлық/зт	42	0,00025	100,00%	1270,368654
жетістік/зт	40	0,00024	100,00%	1323,163196
тренд/зт	39	0,00023	100,00%	1331,412343
қаржыландыр/ет	39	0,00023	100,00%	1336,361831
Барлығы:	166199	1,00000		12480,95957

Компания сөзінің лексикалық доминанта ретінде жоғары жиілікпен көрінуі тәуелсіздік алғаннан кейін Қазақстан халқының экономикалық санасында институционалды нарықтық құрылымдар мен бизнестің тілдік деңгейде бекігенін айқын дәлелдейді. Нарықтық экономиканың басты субъектілері – түрлі компаниялар, корпорациялар, серіктестіктер туралы ұғымдардың халық санасына орныққанын және белсенді қолданысқа түскендігін осы зерттеу көрсетіп отыр. Бұл құбылыс экономикалық сананың заманауи модустағы трансформациясының когнитивтік-тілдік репрезентациясын айғақтайды. Егер дәстүрлі модуста шаруашылық ұғымдары *ауыл, жер, еңбек* сияқты атаулар арқылы доминанттық рөл атқарса, қазіргі заманда оларды *компания, бренд, инвестиция, табыс, доллар, теңге, қаржы, баға, өнім, технология, сақтандыру* сияқты нарықтық экономикаға тән терминдер ығыстырды. Осы жерде айта кететін жайт, жоғарыда берілген «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналған мәтіндегі экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі 2016 жылы Алматы, Дәуір баспасынан жарық көрген «Жалпы білім берудегі қазақ тілінің жиілік сөздігінде» [225] берілген осы сөздердің жиілігімен бірдей. Демек, сөздердің жиілігін шығару лингвокогнитивтік зерттеулер үшін де құнды мәлімет береді. Жиілігі жоғары атауыш сөздер қоғамдық санада, сол сияқты экономикалық санада қандай ұғымдардың өзектіленіп отырғанын аңғартады. Көрсетілген жиілігі жоғары атаулар қазіргі

қазақтілді кәсіпкерлік дискурса тән белсенді лексика, қазақтілді тіл иелмендерінің санасына берік орныққан ұғымдар.

Қорыта келе, қоғамның тарихи және саяси дамуы тілдік жүйенің өзгеруіне, оның ішінде экономикалық лексиканың қалыптасып толығыуына, трансформациялануына ықпал етті. Кеңестік және тәуелсіздік кезеңдері қазақ тілінің дамуындағы әлеуметтік, мәдени, экономикалық, идеологиялық тұрғыдан айқын жіктелетін кезеңдері. Сол себепті қазіргі таңда бүгінгі қазақ тіліндегі экономикалық лексиканы кеңестік және тәуелсіздік кезеңдерге бөліп, лингвостатистикалық әдісті қолдана отырып салыстыра зерттеу қазіргі тіл білімі үшін де, экономикалық сана эволюциясын анықтау, айқындау үшін де аса маңызды бағыттардың бірі. Кеңестік кезеңдегі сөздердің жиілігі жөніндегі зерттеулер тіл білімінде жаңа әдістемелердің қалыптасуына ықпал етті. Ол кезде жиілігі жоғары сөздердің көпшілігі идеология, саясат, экономика және мәдениетке қатысты болды. Бұл жағдай кеңестік қоғамның тілдік бейнесін айқындайды. Мұндай талдаулар өз кезегінде ұлттық тілдің әлеуметтік, экономикалық даму динамикасын, тарихын ғана емес, тұтастай қоғам санасында орын алған өзгерістерді, оларды бейнелейтін репрезентанттарды көрсетеді. Осыған байланысты лингвостатистикалық әдіс тіл мен қоғамның дамуын ғылыми тұрғыдан негіздеудің пәрменді құралы болып табылады.

3.2 Кеңестік және тәуелсіздік кезеңдер лексикасындағы экономикалық сана репрезентациясын квалитативті лингвистикалық талдау

Әрбір тарихи кезең қоғам санасының өзгерістерін өзімен бірге ала келеді. Бұл өзгерістер ең алдымен тілде көрініс табады. Тіл – тек коммуникация құралы ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік-мәдени тәжірибенің, дүниетаным мен құндылықтардың көрініс алаңы. Экономикалық сана – адам мен қоғамның экономикалық құбылыстарға, еңбек пен табысқа, меншік пен кәсіпкерлікке, нарық пен мемлекетке деген қатынасын бейнелейтін күрделі психо-когнитивтік құрылым. Ол когнитивтік ғылымда *фрейм*, *концепт*, *сценарий* сияқты бірліктер арқылы жүйеленсе, лингвистикада сөздер, тіркестер, метафоралар мен мәтіндік құрылымдар арқылы репрезентацияланады. Тілдік қауымдастықтың экономикалық санасы кеңестік жоспарлы экономикадан бастау алып, тәуелсіздік кезеңіндегі нарықтық қатынастарға дейінгі ұзақ жолды басынан өткерді. Бұл жолда қоғамның танымы, мәдениеті мен құндылықтар жүйесі өзгеріске ұшырап, соның нәтижесінде қазақ тілінің лексикасында түбегейлі трансформация байқалды.

Кезеңдік модуста жиілігі анықталған экономикалық ұғымдар екі ірі дәуірде – тәуелсіздікке дейінгі және тәуелсіздіктен кейінгі кезеңдерде қарастырылды. Мұндай салыстыру ұлттық экономикалық сананың трансформациясын тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Осыған байланысты қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі ахуалын және ұлттық экономикалық мәдениетті көтерудегі мемлекеттік тілдің әлеуетін айқындау үшін сауда мен кәсіпкерлікке қатысты экономикалық терминдерге, экономикалық семантикасы бар ұғымдар мен атауларға квалитативті талдау жасалды. Талдау барысында мұндай сөздердің

семантикалық жағынан кеңею тенденциясы мен функционалдық өрісіндегі трансформациясы анықталды.

Алғашқы ғылыми болжамға сәйкес, тәуелсіздікке дейінгі қазақтың лексикографиялық еңбектерінде экономикалық дискурсқа қатысты тілдік бірліктердің семантикасы тар шеңберде болғаны белгілі. Оған басты себеп: кеңестік кезеңде Қазақстан экономикасы дербес, толыққанды дамымады, ұлттық даму жолына түспеді, одақтық жоспарлы жүйенің құрамдас бөлігі ретінде ғана қызмет атқарды. Сол себепті осы кезеңде экономикалық сана ұжымдық, жоспарлы, идеологиялық сипаттарға көбірек бейімделді. Когнитивтік лингвистикада мұндай үдерісті ұлттық концептосфераның белгілі бір сегментінің «салғырт» күйде қалуы деп түсіндіріледі, яғни жаңа концептілердің пайда болуы шектеулі, терминологиялық өрістің кеңеюі баяу жүреді.

Тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңде экономикалық дискурсқа тән ұғымдардың, атаулардың, терминдердің семантикалық өрісі айтарлықтай кеңейді. Бұл үдерісті ғалымдар теориялық тұрғыдан әртүрлі түсіндіреді. Ж. Лакофф пен М. Джонсон «когнитивтік метафора теориясына сәйкес, жаңа экономикалық реалийлер қоғам санасында жаңа метафоралар арқылы концептуалданады», дейді [226]. Мәселен, *нарық, бәсеке, инвестиция* сияқты ұғымдар бұрынғы кезеңде пассив болғанымен, тәуелсіздік жылдары олар жаңа прагматикалық мазмұнмен толықты. Н. Д. Арутюнова «тілдік санадағы бағалауыштық модус жаңа әлеуметтік жағдайларға бейімделіп, ұғымдардың семантикалық кеңеюіне ықпал етеді» деген тұжырым жасайды [227]. Мәселен, *бизнес* ұғымы тек сауда ісін ғана емес, қазіргі таңда кәсіпкерлік қызметтің түрлі формаларын қамтитын кең ауқымды концептке айналды. П. Бурдьен «мәдени капитал» әлеуметтік-мәдени ортадағы трансформацияны түсінуге мүмкіндік беретінін айтады [228].

Кеңестік кезеңде экономикалық капитал мемлекеттік жоспарға тәуелді болса, тәуелсіздік жылдары тіл арқылы жаңа әлеуметтік мәртебе, жаңа мәдени-экономикалық капитал қалыптаса бастады. Бұл үдерісте мемлекеттік тілдің рөлі ерекше болды, себебі қазақ тілінде қалыптасқан жаңа экономикалық терминдер тек кәсіби дискурсты ғана емес, сонымен бірге ұлттық бизнес таптың өзін-өзі тану үдерісін де қалыптастырды. Сондай-ақ, когнитивтік психологиядағы «фрейм» теориясына сүйенсек (Ч. Филлмор), кеңестік кезеңдегі экономикалық фреймдер «еңбек – ұжым – жоспар» үштігіне негізделсе, қазіргі кезеңде олар «нарық – кәсіпкерлік – табыс» үштігіне ауысты [229]. Мұндай ауысу қоғам санасындағы базалық когнитивтік құрылымдардың өзгергенін дәлелдейді, яғни кеңестік кезеңде ұжымдық еңбек негізгі құндылық болса, қазіргі кезеңде жеке бастамашылық пен экономикалық еркіндік алдыңғы орынға шықты.

Жоғарыда атап өткеніміздей лингвистикада тілдік деректерді зерттеу екі негізгі тәсілге сүйенеді. Оның бірі – квантитативті (сандық) әдіс болса, екіншісі – квалитативті (сапалық) әдіс. Квантитативтік әдіс арқылы зерттеу жұмысында ұлттық сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі шығарылды. Талдау нәтижесі қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурс лексикасында жиілігі жоғары атауыш сөздердің қоғамдық санада, сол сияқты

экономикалық санада орныққанын, қандай ұғымдардың өзектіленіп отырғанын аңғартты. Квалитативті әдіс көмегімен осы тараушада тілдік бірліктердің семантикасы, мәдени-әлеуметтік астары ашылды.

Экономикалық сананың репрезентациясын зерттеуде квалитативті әдістің рөлі ерекше, себебі ол тек тілдік таңбаны ғана емес, сол таңбаның артындағы мәдени кодты, тарихи контекстіні, құндылықтық бағдарды айқындайды. Экономикалық сана репрезентациясын ашуда аталмыш әдіс арқылы сөздердің артындағы жасырын саяси-әлеуметтік мазмұн, қоғамның ақиқатты қабылдауы, сөздердің дәуірлер бойынша мағына ауысуы анықталды. Сонымен қатар ұлттық экономикалық санадағы дәстүр мен жаңашылдықтың тоғысы көрінді. Демек, квалитативті әдіс кеңестік және тәуелсіздік кезең лексикасындағы ұлттық экономикалық сана репрезентациясын анықтауда маңызды рөл атқарады. Әдіс өз кезегінде сандық көрсеткіштерді толықтырып қана қоймай, тілдің тарихи, мәдени және әлеуметтік мазмұнын ашуға мүмкіндік береді. Бұл әдіссіз экономикалық дискурстың ұлттық ерекшелігін, құндылықтық жүйесін, мәдени кодын толыққанды түсіну мүмкін емес, сол себепті квалитативті лингвистикалық талдау – тілдік қауымдастығының экономикалық санасын кешенді зерттеудің негізгі ғылыми құралы.

Лингвостатистикалық талдаудың нәтижесі тәуелсіздік кезеңінде тек қана сөздердің саны артпағанын, онымен қоса олардың семантикалық өрістерінің де күрделене түскенін көрсетті. Мәселен, *нарық* ұғымының семантикалық мағынасы бес түрлі мағынамен толықты. Кеңестік кезеңде жарық көрген лексикографиялық еңбектерде негізгі реестрде атаудың үш семантикалық мағынасы берілсе, тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектің негізгі реестрінде оның бес түрлі мағынасы көрсетілген. Оған қоса лексикалық өрісі *нарқын біледі, нарық жолы, нарық заманы, нарық заңы, нарық кондициясы (экон), нарық тетігі (экон), нарықты жаулап алды, нарықты мемлекеттік реттеу (экон), сауда нарығы (экон), сөз нарқын кемітті, шетел нарығы* сияқты сөз тіркестерімен толыққан.

Бизнес (ағыл. Business) терминінің анықтамасы кеңестік кезеңдегі лексикографиялық сөздіктердің реестрінде жоқ, 2011 жылы жарық көрген «Қазақ әдеби тілінің түсіндірме» сөздігінде оның анықтамасы пайда табуға арналған әрекеттің, экономикалық қызметтің түрі, жеке кәсіпкердің не фирманың іскерлік қызметі деп берілген.

Баға сөзінің семантикасы тәуелсіздікке дейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде негізгі реестрде үш мағынамен берілген. Ал оның лексикалық өрісі жоқ. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде осы сөздің семантикасы негізгі реестрде бес мағынамен ашылған. Оның лексикалық өрісі отыз төрт сөз тіркесімен: *баға белгілеу (экон), баға берді, баға босатылды (экон), баға деңгейі (экон), баға жетпейді, баға жетпес, баға жоқ, әлемдік баға (саяси), баға ауқымы (экон), баға бәсекесі (экон), баға кесті, баға қойды, баға құралымы (экон), баға маштабы (экон), бағаны әртараптандыру (экон), бағаны қалпында сақтау (экон), бағаны оңтайландыру (экон), бағаны ырықтандыру (экон), бағасы асты,*

бағасы кетті, бағасын арттырды, бағасын көтерді, бастапқы баға (экон), бөлшек баға (экон), көтерме баға (экон), нарықтық баға (экон), өзіндік баға (экон), салыстырмалы баға (экон), сатып алу бағасы (экон), үстеме баға (экон), шарттық баға (экон) берілген. Оның ішінде он тоғыз сөз тіркесі таза экономикалық қатынасты білдіретін лексикалық тіркес.

Табыс кеңестік кезеңдегі лексикографиялық сөздікте негізгі реестрде үш семантикалық мағынасы, оның бірі – ауыспалы мағынада берілген. Тәуелсіздік жылдарындағы «Қазақ әдеби тілінің түсіндерме» сөздігінде негізгі бес мағынасы берілген, оның үшеуіне экон. пометасы қойылған. Лексикалық өрісі он екі сөз тіркесімен: *мемлекеттік табыс (экон), салық салынбайтын табыс (экон), табысқа салынатын салық (экон), табыс салығы (экон), табыс саясаты (экон), ұлттық табыс (экон), табыстарды теңестіру (экон), табыстау актісі (экон), табыс туралы декларация (экон), табысты капиталдандыру (экон), тиянақты табыс (экон), туынды табыс (экон)* берілген, барлығы да экон пометасы қойылған.

Қаржы сөзінің семантикасы тәуелсіздікке дейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде негізгі реестрде бір ғана мағынамен, лексикалық өрісі екі сөз тіркесімен берілген. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектере осы сөздің семантикасы негізгі реестрде бір мағынамен, ал оның лексикалық өрісі жиырма сегіз сөз тіркесімен: *жол қаржы, күрделі қаржы (экон), қаржы активтері (экон), қаржы аппараты (экон), қаржыбақылауы (экон), қаржы бизнесі (экон), қаржы брокері (экон), қаржы дағдарысы (экон), қаржы делдалдары (экон), қаржы есебі (экон), қаржы есеп-қисабы (экон), қаржы есептемесі (экон), қаржы жалгерлігі (экон), қаржы жұмсалымы (экон), қаржы жүйесі (экон), қаржы инвестициясы (экон), қаржы капиталы (экон), қаржы компаниялары (экон), қаржы қатынастары (экон), қаржы қауіпсіздігі (экон), қаржы құқығы (экон), қаржы құралдары (экон), қаржы қызметін көрсету (экон), қаржы нарығы (экон), қаржы нормалары мен нормативтері (экон), қаржыны жоспарлау (экон), қаржы ресурстары (экон), қаржы саясаты (экон), қаржы стратегиясы (экон)* ашылған.

Сауда сөзі де тәуелсіздікке дейін негізгі үш мағынамен, лексикалық өрісі бар болғаны үш сөз тіркесімен көрсетілсе, тәуелсіздік алғаннан кейін негізгі мағынасы бес мағынамен ашылған. Оның ішінде екі мағынасы таза экономикалық қатынастарға қатысты бар. Лексикалық өрісі алпыс жеті сөз тіркесіне: *сауда нүктесі, бажсыз сауда (экон), бөлшек сауда (экон), бөлшек сауда бағасы (экон), дүниежүзілік сауда ұйымы (экон), қол сауда, сау басын саудаға салды, сауда автоматы, сауда айналымы (экон), сауда алаңы (экон), сауда балансы (экон), сауда банкі (экон), сауда білмес, жаяу сауда, Имам Ағзам сауда, комиссиялық сауда (экон), консигнациялық сауда (экон), көтерме сауда (экон), көтерме сауда бағасы (экон), саудаға айналдырды, саудаға барды, саудаға салды, саудаға салынды, саудаға түсті, саудаға шорқақ, сауда зұрпы (экон), саудаға пұрсаттылық (экон), сауда делдалдығы (экон), сауда жабдықтары (экон), сауда жарысы, сауда жолы (экон), сауда жүрген жерде сауда кем/саудада достық жоқ, Сауда Имам Ағзам болсын, сауда капиталы*

(экон), сауда каталогы (экон), сауда күсет болсын, сауда қарым-қатынасы (экон), сауда қасат болсын, сауда құқығы (экон), сауда қылды, сауда маркасы (экон), саудаңыз жансын, сауда орны, сауда орталығы (экон), сауда патенті (экон), сауда психологиясы, сауда статистикасы (экон), саудасы бітті, саудасы сынды, сауда талаптары (экон), сауда тосқауылы (экон), сауда тізілімі (экон), сауда үйі (экон), сауда үстелімі (экон), сауда үстемесі (экон), сауда шарттары (экон), сауда шегерімі (экон), сыртқы сауда (экон), сыртқы сауда айналымы (экон), сыртқы сауда бірлестігі (экон), сыртқы сауда мәмілесі (экон), сыртқы сауда саясаты (экон), сыртқы сауда фирмасы (экон), халықаралық сауда (экон), халықаралық сауданы ырықтандыру (экон), ыңғайласпа сауда (экон), электрондық сауда (экон) көбейген. Оның ішінде қырық үш сөз тіркесі экономикалық терминдер.

Төлем сөзінің семантикасы тәуелсіздікке дейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде негізгі реестрде бір мағынамен берілген. Ал оның лексикалық өрісі жоқ. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде осы сөздің семантикасы негізгі реестрде екі мағынамен, оның лексикалық өрісі он бір сөз тіркесімен: *төлем айналымы (қаржы), төлем балансы (қаржы), төлем валютасы (қаржы), төлем карточкасы (қаржы), төлем келісімі (қаржы-экон), төлем қабілеті (қаржы), төлем мерзімін ұзарту (қаржы), төлем талабы (қаржы), төлем тапсырмасы (қаржы), төлем тәртібі (қаржы), төлем тізімдемесі (қаржы)* ашылған.

Ақша сөзінің семантикасы тәуелсіздікке дейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде негізгі реестрде бір мағынамен берілген, лексикалық өрісі жоқ. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде екі мағынамен, оның лексикалық өрісі он сегіз сөз тіркесімен: *ақша айналымы (экон), ақшай айырбас (экон), ақша аударымы (экон), ақша берді, ақша бірлігі (экон), ақша жеу, ақша жүйесі (экон), ақша кеңістігі (экон), ақша қорланымы (экон), ақша құны (экон), ақшаның құнсыздануы (экон), ақшаның татын жалаған, ақша рыногы (экон), ақша салды, ақша тапты, ақша төкті, жалғыз тиын ақшасы жоқ, қалтаға ақша түсті* ашылған. Ақша тауарлардың құнын көрсететін, жалпыға бірдей балама ретінде қолданылатын төлем құралы. Ақша соғу, оны айналымға енгізу ісі және оны белгілі бір қоғамда төлем құралы ретінде пайдалану – мемлекеттің әлеуметтік-экономикалық және саяси дамудың жоғарғы деңгейге жеткен көрсеткішіне саналады. Ежелгі көшпелілердегі тауар айналымы *айырбас* (мал, аң терісі, алтын, күміс кесектері, сәндік және т.б. заттар) түрінде өтті. Көшпелілер мен отырықшы елдер арасында сауда-саттық қатынастары Жібек жолы бойымен айырбас тауар ретінде қарқынды дамыды. Түркі дәуірінің монеталарының *аверс* бетінде басылған таңбалар, *реверс* бетінде жыртқыш аң бейнеленген. 704-766 жылдары Тараз шаһарында соғылып, айналымға енген қола теңгелер Түргеш мемлекетінің қуаттылығын білдіреді. Қазақ жерінде түргештердің саудалық әрі жәрмеңкелік қалашықтары Суяб пен Тараз сол дәуірлерде қарқындап өркендеді. Кейін ақша соғу ісі Қарахан әулеті тұсында кеңінен етек алған. Қарахандықтар әулеті ислам дінін ресми қабылдауына

байланысты ақша айналымдағы тиындары арабша *фулс, динар, дирхем* деп аталды. Ішкі нарықта айырбас ақша ретінде *адли* (қола фельс) *монеталары* мол болды. IX-XI ғасырларда Қазақстан көлемінде *соғды, саманид фелстері* айналымға кең таралды. Сол кезде күміс дирхемдері *исмаили* деп аталған. Оған қоса ең жоғары қоспалы күміс *бұқара-худаттық – мусейяби*, аз қоспалы күміс - *мухаммади*, мыстан немесе арзан металл *гитрифи* ақшалары және қытайлық тиындар айналымда болды. Қыпшақтар жайлаған Дешті қыпшақ аумағында ғасырдың ортасында-ақ өзінің күміс және мыс ақшалары болған. Алғашқысы – *танга (теңге)*, екіншісі – *пул (пұл)* деп аталған [230].

1260-1280 жылдар аралығында Орта Азияның 16-дай қаласында монета соғатын ақша сарайлары жұмыс істегені жазбаларда айтылады. Олардың қатарында Тараз, Кенже, Жент теңге сарайлары ерекшеленеді [231]. XIV ғ.-да Алтын Ордада сауда мен экономика өркендеп, Сарай, Сарайшық, Азақ, Қырым, Гүлстан, Хорезм, Жент, Баршын, Сығанақ қалаларының ақша сарайларында соғылған *дирхемдер* мен *пұлдардың* Қазақстанның ежелгі қалаларының сауда айналымындағы маңызы жоғары болды [232]. Сарайшық қаласынан табылған Алтын Орда теңгелерінің *аверс* және *реверс* беттерінде арыстан мен сұңқардың, балық суреттері, геометриялық өрнектер, түрлі таңбалар, ислам дінінің суннит ағымының символдары шекілген. Бірқатар дирхемдер мен пұлдарда таразы, шаян сияқты шоқ жұлдыздар, ал бірқатарында тотықұс бейнесі шекілген.

Теңге атауы Алтын Орда тұсында қолданыла бастады. Жібек жолы торабында *пени, фулс, дирхем, динар, манат* тағы басқа *металл ақша* түрлері тарады. Мұндағы динар алтыннан жасалған, дирхем күмістен жасалған тиынды белгілейді. Сондай-ақ, *ділда, алтын күміс ақша, жамбы* деп те аталды. Бөлшек, ұсақ саудада XVI-XVII ғғ.-да ішкі ғана емес, қалааралық төлем құралы болған *мыс ақша* пайдаланылды [233]. Бұл кезеңдерде Қазақстанның елді мекендеріндегі *ақша айналымы* негізінен Темір және Шайбани әулеттері кезінде шығарылған мыс ақшалары арқылы қамтамасыз етілді. XVI ғасырда Отырардың *мыс теңгелері*, Иасының (Түркістанның) *күміс теңгелері*, XVI ғасырдың соңы XVII ғасырдың басында Қазақ хандарының атымен өндірілген мыс теңгелер Қазақстан жерінде және Орта Азияда сауда айналымында кеңінен қолданылды [234]. Бұл ақшалардың шыңдалу шеберлігі жоғары дәрежеде болмағанымен, Қазақ хандығында сауда ісін бір жолға қоюда, халықтың басын біріктіруде үлкен міндет атқарды. XVII ғасырда орта ғасырлық қалалардың құлдырауы себепті ақша соғатын сарайлар, шеберханалар жұмысы құлдырай бастады. Орталық Азияда орыс және қытай сыртқы сауда байланыстарының ұлғайып ресейлік алтын, күміс монеталары мен қытайлық *жамбы ақша* айналымында кеңінен орын тебе бастады. XVIII ғасырдан бастаған Ресей патшалығының әкімшілік жүйесі қазақ жеріндегі теңге қатынасына да тісін қатты батырды, жергілікті халықтар сыртқы және ішкі саудада Ресейлік монеталарды қолдана бастады. Қазақтар арасында қағаз ақшаны *аққұйрық* десе, металл ақшаны *қара бақыр*, ұсақ метал ақшаны *күреш, қара күреш, соқыр, жармақ, шақа, тиын* деп те атай берген. Ақша орнына жұмсалған *алтын, күміс құймаларды* көлемі мен салмағына қарай *тайтұяқ, атантұяқ, ботакөз, қойтұяқ* деп атаған.

Қазақ тіліндегі экономикалық дискурстағы трансформацияны кезеңдік модуста талдау ұлттық экономикалық сананың эволюциясын түсінудің бір жолы. Жоғарыда берілген лингвостатистикалық талдау осындай өзгерістерді нақты тілдік деректерге сүйене отырып дәлелдеді. Төмендегі кестеде кеңестік және тәуелсіздік кезеңдеріндегі лексикографиялық еңбектерде тіркелген экономикалық дискурс бірліктерінің семантикалық трансформациясы берілді.

Кесте 7 – Кеңестік және Тәуелсіздік кезеңдеріндегі лексикографиялық еңбектерде тіркелген экономикалық дискурс бірліктері

Жиілігі жоғары сөздердің атауы	Тәуелсіздікке дейінгі кезең	Тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезең
1	2	3
Компания/з т	1. Буржуазиялық елдерде капиталистердің саудалық немесе өндірістік бірлестігі. Империализм дәуірінде монополиялық бірлестік, серіктік. 2. Уақытын бірге өткізіп жүрген адамдар тобы; белгілі бір мақсатпен біріккен бір топ адам.	[франц. <i>compagnie</i>] з а т. 1. э к о н. Заңды және жеке тұлғалардың сауда, өнеркәсіп, көлік, сақтандандыру немесе басқа нысандардағы бірлестігі; заңды тұлға. 2. Уақытын бірге өткізіп жүрген адамдар тобы; белгілі бір мақсатпен біріккен бір топ адам.
Нарық / зт	а р. з а т. 1. Сатылатын заттардың тұрақты құнын білдіретін бағасы. 2. Ауыс. Парық, қадір-қасиет.	з а т. 1. Сатылатын заттардың тұрақты құнын білдіретін бағасы. 2. Э к о н. Өндірушілер мен тұтынушылар арасындағы құн, баға, бәсеке, сұраныс, ұсыныс жүйесін білдіретін, реттейтін тауар-ақша айырбасының саласы. 3. Э к о н. Нарықтық экономика. 4. Сауда-саттық орыны, еуропа базары. 5. А у ы с. Парық, қадір-қасиет. Нарқын біледі, нарық жолы, нарық заманы, нарық заңы, нарық кондициясы (экон), нарық тетігі (экон), нарықты жаулап алды, нарықты мемлекеттік реттеу (экон), сауда нарығы (экон), сөз нарқын кемітті, шетел нарығы.
Бизнес / зт	Сөздіктің реестрінде жоқ.	[ағыл. <i>Business</i>] з а т. Э к о н. Пайда табуға арналған әрекеттің, экономикалық қызметтің түрі; жеке кәсіпкердің не фирманың іскерлік қызметі.
Теңге / зт	з а т. 1. Құн өлшемі ретінде пайдаланылатын ақша. 2. Бір сомдық ақша. 3. Ұсақ күміс ақша. Теңге алу (ілу), теңге қотыр (қышыма ауру түрі)	з а т. 1. Құн өлшемі ретінде пайдаланылатын ақша. 2. Бір сомдық ақша. 3. Ұсақ күміс ақша; Орталық Азия мен Қазақстан аумағында өмір сүрген мемлекеттерде және соған шектес ауматқа күмістен шекілген мәнет. 4. Э к о н. Қазақстан Республикасының ақша өлшемі, ұлттық валютасы.

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
Жоба/зт	з а т. 1. Бір нәрсені іске асыру үшін жасалған үлгі, жоспар, нұсқа. 2. Түр, кескін, пішін.	з а т. 1. Бір нәрсені іске асыру үшін жасалған үлгі, жоспар, нұсқа. 2. <лат. projectus> Жасалуға, қайта құрылуға, қалпына келтірілуге тиісті нысандардың макеттері, есептеулері және ұстанымды дәлелдері көрсетілген техникалық құжаттар жиынтығы. 3. Түр, кескін, пішін. 4. Бір істің жөн-жосығы, жолы. 5. Ойына алғаны, ойлағаны, ішкі жоспары. 6. Қандай да бір құжаттың алдын ала дайындалған, уақытша, әлі де жөндеуге болатын нұсқасы. 7. ж е р г. Шама, жоба құрды, жобасын көрсетті, жоба тілі.
Қызмет/зт	а т. 1. Еңбек ету аясындағы жұмыс; кәсіп. 2. А у ы с. Бір нәрсенің мәні; маңызы, орны. Жұмыс істеді, еңбек етті, құрмет жасады, сый көрсетті, күтті.	з а т. 1. Еңбек ету аясындағы жұмыс; кәсіп. 2. а у ы с. Бір нәрсенің мәні; маңызы, орны. Әскери қызмет, басшылық қызмет, мансап, кеңсе қызметі, қызмет атқару, қызмет бабы, қызмет қылды [етті, жасады, көрсетті, істеді], құрмет жасады, сый көрсетті, қызмет көрсету, қызмет мерзімі, қызметтен босату, мемлекеттік қызмет.
Банк / зт	з а т. 1. Ірі кредит мекемесі. 2. Қарта ойынындағы кезекті қарта тастап отырған кісінің қарауына жиналған ақша.	[франц. Banque] з а т. Қ а р ж ы. Ақша айналымын басқаратын, несие беретін, жеке тұлғалар мен мекемелердің арасындағы ақша айналымын жүзеге асыратын қаржы мекемесі. Банктер кәсіпорындардың, фирмалардың, компаниялардың, сонымен қатар тұрғындардың пайдаланылмай бос тұрған қаражаттарын жинақтап, қажет етушілерге өсіммен уақытша кредит беру арқылы қаржы. Банк аударымдары, банк депозиттері, банк жүйесі, банк капиталы, банк консорциумы, банк құпиясы, банк несиесі, банк ресурстары.
Доллар / зт	з а т. Американың ақшасы.	[ағыл. Dollar] з а т. Қ а р ж ы. АҚШ, Канада, Австралия, Ливан, Ефиопия т.б. бірқатар елдердің ақша бірлігі (единица). Доллар аймағы (экон).
Баға / зт	з а т. 1. Бір нәрсенің, заттың құны, нарқы. 2. Жеке адамдардың адамгершілік қасиеттерінің көрсеткіші. 3. Оқушының білім дәрежесінің көрсеткіші етіп, оның үлгеруіне қойылатын балл.	з а т. 1. Заттың құны, нарқы. 2. Э к о н. Тауарды (қызметті, бағалы қағазды) өткізу құны, тауардың ақшаға шаққандағы құны. 3. П е д. Оқушының білім дәрежесін анықтауда қойылатын балдық жүйе. 4. Бір нәрсенің сыны, парқы. 5. А у ы с. Қадір-қасиет. Баға белгілеу (экон), баға берді, баға босатылды (экон), баға деңгейі (экон), баға жетпейді, баға жетпес, баға жоқ, әлемдік баға (саяси), баға ауқымы (экон), баға бәсекесі (экон), баға кесті, баға қойды, баға құралымы (экон), баға маштабы (экон), бағаны әртаратандыру (экон), бағаны қалпында сақтау (экон), бағаны оңтайландыру (

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
		бағасы кетті, бағасын арттырды, бағасын көтерді, бастапқы баға (экон), бөлшек баға (экон), көтерме баға (экон), нарықтық баға (экон), өзіндік баға (экон), салыстырмалы баға (экон), сатып алу бағасы (экон), үстеме баға (экон), шарттық баға (экон).
Көрсеткіш/ зт	з а т. 1. Алдын ала жоспарланған белгілі бір табыс өнімінің орындалуға тиіс тиянақталған мөлшері 2. Орындалған істің, жұмыстың нәтижесі. 3. Т е х. Мөлшер дәрежесін білдіретін құрал. Еңбек көрсеткіші, жол көрсеткіші, көрсеткіш тақта.	з а т. 1. т е х. Мөлшер дәрежесін білдіретін құрал. 2. Алдын ала жоспарланған белгілі бір табыс өнімінің орындалуға тиіс тиянақталған мөлшері. 3. Орындалған істің, жұмыстың нәтижесі. Еңбек көрсеткіші, жол көрсеткіш, көрсеткіш тақта.
Табыс / зт	з а т. 1. Бірін-бірі тауып алып кездесу, көрісу, дидарласу. 2. Төлдің енесіне қосылуы, жамырауы. 3. Ауыс. Бірін-бірі түсіну, татуласу, достасу. Табыс етті, тіл табысты.	з а т. 1. Белгілі бір жұмысты атқару нәтижесінде түсетін ақша, материалдық игіліктер; кіріс, пайда. 2. Э к о н. Кәсіпорындардың (фирмалардың, компаниялардың) белгілі бір уақыт кезеңіндегі қызметінің нәтижесінде (мыс., өнімді өткізуден, жұмыстарды орындаудан, қызмет көрсетуден) алатын ақшалай қаражаты немесе материалдық құндылықтары. 3. Э к о н. Өткізілген өнім мен көрсетілген қызметтің құны мен жұмсалатын шығынның арасындағы айырма ретінде алынатын өндірістік-шаруашылық қызметтің нәтижесі. 4. Э к о н. Иеленушілерге төленетін дивиденд немесе бағалы қағаздың ағымдағы бағасынан алынатын пайыз, сол сияқты салым мен депозит бойынша пайыз. 5. А у ы с. Қол жеткен жетістік, жеңіс. Мемлекеттік табыс (экон), салық салынбайтын табыс (экон), табысқа салынатын салық (экон), табыс салығы (экон), табыс саясаты (экон), ұлттық табыс (экон), табыстарды теңестіру (экон), табыстау актісі (экон), табыс туралы декларация (экон), табысты капиталдандыру (экон), тиянақты табыс (экон), туындытабыс (экон).

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
Қаржы / зт	з а т. 1. Ақша, қражат, пұл. Жол қаржы, күрделі қаржы (экон)	з а т. 1. Ақша, қражат, пұл. 2. э к о н. Мемлекеттің, аймақтардың, шаруашылық жүргізуші субъектілердің, заңды және жеке тұлғалардың ақшалай қаражатының құралу, бөліну, қайта бөліну, пайдаланылу үдерісін сипаттайтын іргелі, қорытындылаушы экономикалық санат, осы үдеріс барысында туындайтын ақша қатынасы Жол қаржы, күрделі қаржы (экон), қаржы активтері (экон), қаржы аппараты (экон), қаржыбақылауы (экон), қаржы бизнесі (экон), қаржы брокері (экон), қаржы дағдарысы (экон), қаржы делдалдары (экон), қаржы есебі (экон), қаржы есеп-қисабы (экон), қаржы есептемесі (экон), қаржы жалгерлігі (экон), қаржы жұмсалымы (экон), қаржы жүйесі (экон), қаржы инвестициясы (экон), қаржы капиталы (экон), қаржы компаниялары (экон), қаржы қауіпсіздігі (экон), қаржы құқығы (экон), қаржы құралдары (экон), қаржы қызметін көрсету (экон), қаржы нарығы (экон), қаржы нормалары мен нормативтері (экон), қаржыны жоспарлау (экон), қаржы ресурстары (экон), қаржы саясаты (экон), қаржы стратегиясы (экон).
Өнім/зт	а т. 1. Егілген дақылдардан алынатын түсім: астық, жеміс, жидек, овощ т.б. 2. Мал шаруашылығынан түсетін пайда, табыс; ет, сүт, жүн т.б.	а т. 1. Егілген дақылдардан алынатын түсім: астық, жеміс, жидек т.б. 2. Малшаруашылығынан түсетін пайда, табыс; ет, сүт, жүн т.б. 3. Өнеркәсіп орындары өндіретін зат. 4. Түсім, пайда. 5. Экон. <лат. productio> Белгілі бір уақыт аралығында (дүниежүзінде, елде, шаруашылық саласында, кәсіпорында, жеке қызметкер өндірген) өндірілген өнімдердің бүкіл көлемі. Еңбек нәтижелері заттандырылған (шикізат, материалдар, тамақ, химия өнімдері, техникалық қондырылғылар мен олардың бөлшектері) және заттандырылмаған (энергия, ақпарат, көрсетілетін қызметтің кейбір түрлері) өнім болуы мүмкін Байланыс қызметінің өнімі (экон), жанама өнім (экон), көлік өнімі (экон), қоғамдық тамақтандыру өнімі (экон), қосалқы өнім (экон), құрылыс өнімі (экон), мақсатты өнім (экон), мал шаруашылығының өнімі (экон), металлургиялық өнімдер, негізгі өнім (экон), өнеркәсіп өнімі (экон), өнім айырбасы (экон), өнім ассортименті (экон), өнімдер шығымы (экон), өнімнің ақауы (экон), өнімнің бәсекелесуге жарамдылығы, (экон), өнімнің материал сыйымдылығы, өнімнің өзіндік құны (экон), өнімнің пайдалылығы (экон), өнім сапасы (экон), өсімдік шаруашылығының өнімі, сауда өнімі (экон).

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
Экономика / зт	з а т. 1. Белгілі бір қоғамдағы үстемдік етуші өндірістік тәсілдерге сай, өндіргіш күштердің дәрежесін сипаттайтын қоғамдық-өндірістік қатынастардың жиытығы. 2. Өндіріс пен шаруашылықтың белгілі бір саласын зерттейтін ғылыми пән.	з а т. 1. Белгілі бір қоғамдағы үстемдік етуші өндірістік тәсілдерге сай, өндіргіш күштерінің даму дәрежесін сипаттайтын қоғамдық-өндірістік қатынастардың жиынтығы. 2. Өндіріс пен шаруашылықтың белгілі бір саласын зерттейтін ғылыми пән. Экономика үлгілері (экон), экономиканы реттеу (экон).
Сауда / зт	З а т. 1. Затты сату мен сатып алу айналымы жөніндегі шаруашылық әрекеті. 2. Ауыс. Өзара айтысып, бәсекелескен жайт. Сау басын саудаға салды, саудаңыз жансын!, саудасы бітті.	З а т. 1. Затты сату мен сатып алу әрекеті. 2. Э к о н. Тауарларды сатып алу-сату арқылы өткізетін ұлттық шаруашылық саласы. С а у д а ішкі (көтерме сауда және бөлшек сауда) және сыртқы с а у д а ғ а бөлінеді (Қаз. Тілі термин. Экономика). 3. Э к о н. Қандай да бір тауарды өткізуге бағытталған немесе өткізу жолына қарай ерекшеленетін бір арнасы. 4. А у ы с. Базар, базарда сауда қызатын демалыс күн. 5. А у ы с. Өзара айтыс, тартыс, бәсекелескен жайт. Сауда нүктесі, бажсыз сауда (экон), бөлшек сауда (экон), бөлшек сауда бағасы (экон), дүниежүзілік сауда ұйымы (экон), қол сауда, сау басын саудаға салды, сауда автоматы, сауда айналымы (экон), сауда алаңы (экон), сауда балансы (экон), сауда банкі (экон), сауда білмес, жаяу сауда, Имам Ағзам сауда, комиссиялық сауда (экон), консигнациялық сауда (экон), көтерме сауда (экон), көтерме сауда бағасы (экон), саудаға айналдырды, саудаға барды, саудаға салды, саудаға салынды, саудаға түсті, саудаға шорқақ, сауда ғұрпы (экон), саудаға пұрсаттылық (экон), сауда делдалдығы (экон), сауда жабдықтары (экон), сауда жарысы, сауда жолы (экон), сауда жүрген жерде сауға кем/саудада достық жоқ, Сауда Имам Ағзам болсын, сауда капиталы (экон), сауда каталогы (экон), сауда күсет болсын, сауда қарым-қатынасы (экон), сауда қасат болсын, сауда құқығы (экон), сауда қылды, сауда маркасы (экон), саудаңыз жансын, сауда орны, сауда орталығы (экон), сауда патенті (экон), сауда психологиясы, сауда статистикасы (экон), саудасы бітті, саудасы сынды, сауда талаптары (экон), сауда тосқауылы (экон), сауда тізілімі (экон), сауда үйі (экон), сауда үстелімі (экон), сауда үстемесі (экон), сауда

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
		шарттары (экон), сауда шегерімі (экон), сыртқы сауда (экон), сыртқы сауда айналымы (экон), сыртқы сауда бірлестігі (экон), сыртқы сауда мәмілесі (экон), сыртқы сауда саясаты (экон), сыртқы сауда фирмасы (экон), халықаралық сауда (экон), халықаралық сауданы ырықтандыру (экон), ыңғайласпа сауда (экон), электрондық сауда (экон).
Төлем / зт	з а т. 1. Бір нәрсенің орнына берілген, өтелген зат.	з а т. 1. Бір нәрсенің орнына берілген, өтелген зат. 2. Қ а р ж ы. Сатып алынған тауарлар, көрсетілген қызметтер, пайдаланылатын ресурстар, берілген несие үшін төленуге тиіс ақшалай қаражат, сондай-ақ міндеттемелер бойынша есептесу нысанындағы заңмен белгіленген, жарналар. Төлем айналымы (қаржы), төлем балансы (қаржы), төлем валютасы (қаржы), төлем карточкасы (қаржы), төлем келісімі (қаржы-экон), төлем қабілеті (қаржы), төлем мерзімін ұзарту (қаржы), төлем талабы (қаржы), төлем тапсырмасы (қаржы), төлем тәртібі (қаржы), төлем тізімдемесі (қаржы).
Кәсіпкер/зт	з а т. Белгілі бір кәсіппен айналысатын адам, кәсіпші.	з а т. 1. Белгілі бір кәсіппен айналысатын адам, кәсіпқой мамандық иесі. 2. Кәсіпкерлік қызметпен айналысатын, кәсіпорын құру үшін қаражат іздеп табатын және сол тапқан қаражатымен кәсіпкерлік тәуекелдікке бас тігетін адам.
Ақша / зт	зат. Айналымда, алу-сатуда товар құнының өлшеуіші болатын металл, я қағаз теңге-тиын.	зат.1. Жалпыға бірдей балама ретінде барлық басқа тауарлардың құнын көрсететін ерекше тауар. 2. Сауда-саттық кезінде құн өлшемі ретінде пайдаланылатын металл және бағалы қағаз. Ақша айналымы (экон), ақшай айырбас (экон), ақша аударымы (экон), ақша берді, ақша бірлігі (экон), ақша жеу, ақша жүйесі (экон), ақша кеңістігі (экон), ақша қорланымы (экон), ақша құны (экон), ақшаның құнсыздануы (экон), ақшаның татын жалаған, ақша рыногы (экон), ақша салды, ақша тапты, ақша төкті, жалғыз тиын ақшасы жоқ, қалтаға ақша түсті.
Инвестиция/зт	Сөздіктің реестрінде жоқ.	з а т. э к о н. Қаржы салымы (белгілі бір өндіріске немесе іске қаржының құйылуы; экономиканың бір саласына құйылған ұзақ мерзімді қаржы). Инвестицияларды кепілдендіру жөніндегі көпжақты агенттік (экон), қоржындық инвестиция (экон), негізгі капиталға салынатын инвестиция (экон), шетелдік инвестиция (экон).

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
Инвалюта/з т	Сөздіктің реестрінде жоқ.	з а т. э к о н. 1. Шетел мемлекетінде немесе мемлекеттер қатарында айналымдағы және заңды түрде төлемдік құрал болатын банкноттар, қазналық билеттер, монеталар түріндегі ақша белгілері. 2. Шетел мемлекеттерінің ақша бірліктері ретінде есептеріндегі құралдар
Пайда/зт	з а т. 1. Өндіріс, ауыл шаруашылық өнімдерінен түсетін мол табыс, таза кіріс; түсім. 2. Адамға тиімді, жағымды іс-әрекет, қажетті жаңсылық, олжа. 3. Қара бастың қамы, өз жайы. Бас пайда, пайда болды (тап болды, кезікті, көрініс берді), қажетке жарады, іске татыды, пайдаланды, пайдаға шаш етекпен бату, олжа тапты, табысқа қарық болды, пайда көрді, пайда тапты, олжа етті, тиімді болуын көздеді, үнем тапты, дүниеге келтірді, жаратты, жақсылығы тиді, себі болды.	з а т. 1. Өндіріс, ауыл-шаруашылық өнімдерінен, саудадан түсетін мол табыс, таза кіріс; түсім. 2. Адамға тиімді, жағымды іс-әрекет. 3. Жәрдем, көмек, сеп. 4. Жеке басының қамы үшін қажетті нәрсе, іс-әрекет. Бас пайда. Қара бастың қамы, өз жайы. Не пайда? Қаншалық рақат, не жақсылық, келіп-кетер не бар деген мағынадағы қолданыс. Пайда берді. Пайда беру. Пайда болды. Пайдаға асты. Пайда қылды, қажетіне жаратты. Пайдаға шаш етекпен батты. Пайда жоқ. Пайда келтіреді. Пайда келтіру. Пайда кірді [тапты]. Олжа тапты, табысқа қарық болды, нәтижесін көрді. Пайда қылды [етті]. Пайда ойлады. Пайдасын тигізді. Пайдасы тиді. Пайдасы шамалы. Пайда табу. Пайда тапты. Пайда түсті. Пайда түсіру.
Құн/зт	з а т. 1. Т а р. Кісі өлтірген айыпкер немесе оның руы тарапынан мал басымен төленетін төлем, алым. 2. А у ы с. Белгілі бір затқа тән баға, нарық; пұл. 3. А у ы с. Белгілі бір іске, әрекетке, адам басына тән баға, қадір, қасиет. 4. з а т. э к о н. Товарлы өндірістің товарға сіңген қоғамдық еңбекті көрсететін экономикалық категориясы. Құн даулады, құн дауы, құн тартты, құны жоқ,	з а т. э к о н. 1. Тауарлы өндірісте тауарға сіңген қоғамдық еңбекті көрсететін экономикалық категория. 2. э к о н. Тауардың бағасы немесе тауарларды, негізгі құрал-жабдықтарды, игіліктерді сатып алуға, жұмыстарды орындауға және көрсетуге жұмсалған ақшалай шығын. Айырбас құны (экон). Бастапқы құн (экон). Жою құны (экон). Кедендік құн (экон). Қосымша құн (экон). Құн заңы (экон). Құн өлшемі (экон). Несие құны (экон). Өзіндік құн (экон). Тауар құны (экон).

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
	құны кетті [түсті], құнына қалды, құнын алды, құнын кесті, құнын тартқызды, айырбас құны (экон), қосымша құн (экон).	
Инвестор/з т	Сөздіктің реестрінде жоқ.	з а т. э к о н. Инвестиция жасаушы тұлға, қаржыландырушы мекеме, ұйым немесе мемлекет.
Қаражат/зт	а т. Қаржы, ақша, пұл. Жол шығыны, жолға қажетті қаржы.	з а т. 1. Күнделікті күнкөріске, қажетке жұмсалатын ақша. 2. Белгілі бір істі жүзеге асыруға жұмсалатын қаржы, финанс. 3. э к о н. <лат. франц. finance> Барлық бірлестіктер, кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелер және жекелеген қызметкерлер үшін міндетті түрдегі ақшалай құралдарды пайдаланумен байланысты іс-әрекет тәртібі. 4. а у ы с. с ө й л. Ақша. Ақша [ақшалай] қаражат (қаржы). Жол қаражат (қаржы). Қаражат көзі. Қаражатқа алды.
Клиент/зт	з а т. Белгілі бір шаруасы боп келген, қамқорлыққа алынған кісі.	з а т. 1. Зат сатып алу, тапсырыс беру үшін дүкенге, ательеге т.б. тұрақты келіп тұратын адам. 2. Адвокат, нотариус, банк т.б. қызметіне жүгінген адам.
Өндіріс/зт	з а т. Тұтынуға қажетті материалдық игіліктерді, құнды заттарды жасап шығаратын өнеркәсіп саласы. Өндіріс анархиясы (экон), өндіріс бригадасы, өндіріс қуаты, өндіріс құрал-жабдықтары, өндіріс орындары өндіріс тәсілі (экон.).	Тұтынуға қажетті материалдық игіліктерді, құнды заттарды жасап шығаратын өнеркәсіп саласы. 2. э к о н. Технологиялық үдерістің салыстырмалы оқшауландырылған бөлігі. Өндіріс анархиясы (экон), өндіріс бағасы (экон), өндіріс бригадасы, өндіріске жұмсалатын шығын (экон), өндіріс қалдықтары (экон), өндіріс қуаты, өндіріс құралдары (экон).
Капитал/зт	з а т. Жалдамалы жұмысшылардың еңбегін қанау арқылы табылған мол ақша.	з а т. э к о н. 1. Табыс әкелетін құралдар (мүлік, ақша, жылжымайтын мүлік жиынтығы) немесе адам тіршілік әрекеті барысында тауарлар, өнімдер т.б. өндіру қызметтерін көрсету үшін жасаған ресурстар. 2. Өндіріс құрал-жабдығы, ақшалай қаражат, зияткерлік меншік түрінде іске жұмсалатын табыстың жұмыс істеп тұрған қайнар көзі. 3. с о в е т. Ленинизмде қосымша құн түсіретін, құн түріндегі капиталистердің жалдамалы жұмысшылардың еңбегін қанау жағдайын көрсететін ұғым. 4. с ө й л. Өсіммен берген ақшадан түскен пайда, қосымша құннан түскен құн. Адам капиталы (экон). Жарғылық капитал (экон). Капитал айналымы (экон). Капитал әкетілімі (экон). Капиталдар рыногы (экон). Капиталдың айналымдылығы (экон).

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
		Капиталдың ауыспалы айналымы (экон). Капиталдың безінуі (экон). Капиталдың «қашуы» (экон). Капиталдың қорлануы (экон). Капиталдың орталықтануы (экон). Капиталдың пайдалылығы (экон). Капиталдың тәуелділік коэффициенті (экон). Капиталдың шоғырлануы (экон). Капитал жұмсалымы (экон). Капитал нарығы (экон). Капитал сыйымдылық (экон). Капитал экспорты (экон). Қаржылық капитал (экон). Меншік капиталы (экон). Меншікті капитал (экон). Өлі [жалған] капитал (экон).
Жинақ/зт	з а т. 1. Бір немесе бірнеше автордың әртүрлі шығармаларының жиынтығы; топтама. 2. Жинақы, ықшам. <i>Жинақ кассасы</i> (экон) басы артық ақшаны сақтайтын кредит мекемесі.	з а т. Бір немесе бірнеше автордың әртүрлі шығармаларының жиынтығы; топтама. Жинақ ақша кітапшасы (экон). Жинақ ақша сертификаты (экон). Жинақ банкі (экон). Жинақ кассасы. Жинақ сертификаты (экон).
Өсім/зт	з а т. 1. Адам, жан-жануарлардың, өсімдіктің көбейіп өсуі; өнім. 2. Э к о н. Қосымша түсетін жанама пайда, өнім. Өсімге берді.	з а т. 1. Адам, жан-жануарлардың, өсімдіктің көбейіп өсуі; өнім. 2. Қосымша түсетін үстеме, пайда. 3. э к о н. Әртүрлі формада (несие, ссуда) берілген қарыздан алынатын үстеме кіріс немесе қаржылық сипаттағы салымдардан түсетін өспелі табыс. 4. Экон. <лат.роена> Қаржы міндеттемелерін мерзімінде орындамағаны үшін санкция болып табылатын тұрақсыздық айыбының бір түрі. Өсім су, өсім мөлшерлемесі (э к о н).
Бизнесмен / зт	Сөздіктің реестрінде жоқ.	[ағыл. businessman] з а т. э к о н. Пайда, табыс әкелетін экономикалық қызметпен айналысатын адам.
Биржа/зт	з а т. Капиталистік елдерде ақша-сауда әрекетін жүргізетін мекеме. Капиталистік елдерде шартпен келісіліп істелетін жұмыс.	з а т. э к о н. 1. Сұраныс пен ұсыныстың арақатынасы негізінде тауар-ақша және тауар-айырбас операцияларын еркін қалыптастырып, реттеп отыратын негізгі рыноктық құрылым. 2. Мемлекеттің бақылауымен тұрақты жұмыс істейтін рынок нысанындағы мемлекеттік немесе акционерлік мекеме. Биржа айналымы (экон). Биржа аппараты (экон). Биржа аукционы (экон). Биржа бағасы (экон). Биржа бажы (экон). Биржа дағдысы (экон). Биржа делдалдары (экон). Биржа дүрлікпесі (экон). Биржа мүшесі (экон). Биржа саудасы (экон). Валюта биржасы (экон). Еңбек биржасы (экон). Қор биржасы (экон). Тауар биржасы (экон).

7 – кестенің жалғасы

1	2	3
Несие/зт	з а т. Кейінірек қайтару келісімімен ауысатын ақшалай-заттай алыс-беріс; борыш, қарыз.	з а т. 1. Кейінірек қайтару келісімімен ауысатын ақшалай-заттай алыс-беріс; борыш, қарыз. 2. э к о н. Бір тұлғаның екінші тұлғаға қарыз түрінде ақша немесе тауар-материалдық құндылықтар беруі жөніндегі мәміле. 3. а у ы с. Қайтарылуға тиіс, қайтарымы болатын іс, сұрауы бар жақсылық, өтемі болатын бақытты шақ. Білім беру несиесі (әлеум). Ипотекалық несие (экон). Мемлекеттік несие (қаржы). Несие алу. Несие капиталы (экон). Несие құны (экон). Несие мөлшері (экон). Несие нысандары (экон). Несие қоры. Несие пайызы (экон). Несие рыногы (экон). Несие шарты (экон).

Осылайша, салыстырмалы зерттеу нәтижесі қазіргі қазақтілді экономикалық дискурстың іштірі ретіндегі кәсіпкерлік дискурсқа тән кәсіби терминдер мен атаулардың семантикалық өрісі кеңейіп, экономикалық қатынастарға қатысты жаңа құбылыстардың, реалийлердің пайда болғанын көрсетті.

Кеңестік және тәуелсіздік кезеңдеріндегі экономикалық сана репрезентациясын квалитативті талдау нәтижесінде төмендегідей тұжырымға келдік:

– кеңестік кезеңде экономикалық сана ұжымдық, идеологиялық модусқа негізделіп, еңбек пен жоспарды, социалистік құндылықтарды басты назарда ұстады. Сол заманның лексикасында экспрессивті, пафосты сөздер жиі қолданыста болды;

– тәуелсіздік алғаннан кейін ұлттық экономикалық сана нарықтық-заманауи модусқа өтті. Жаңа ұғымдар, атаулар, терминдер, тіркестер пайда болып, рационалды мазмұн күшейді;

– жаһандану үдерісі әсерінен қазақ тіліндегі экономикалық дискурс жаңа халықаралық терминдермен толықты, оған қоса қазақ тілінің өзіне тән терминологиялық әлеуетін де артты;

– қазіргі қазақ қоғамының экономикалық санасы гибридттік сипатқа ие болды. Нарықтық құндылықтар мен дәстүрлі әлеуметтік, моральдық құндылықтар синкретті түрде тоғысты;

– мемлекеттік тілдің экономикалық дискурстағы орны кеңейіп, ұлттық экономикалық мәдениеттің дамуын айтарлықтай ықпал етті.

Ұлттық экономикалық санадағы мұндай тілдік трансформация тәуелсіздік алғанға дейін Қазақстан экономикасы тәуелсіз түрде емес, тәуелді түрде дамығандығымен түсіндіріледі, сол себепті қазақтың ұлттық экономикалық санасы қазіргіге қарағанда әлдеқайда салғырт дамыды. Қазіргі кезеңде мемлекеттік тілдің әлеуетін күшейту мәселесі аса маңызды. Мемлекеттік тілдің экономика саласында толыққанды қызмет атқаруы ұлттық экономикалық мәдениеттің дамуына серпін береді. Бұл тұрғыдан экономикалық

терминологияны жүйелеу, жаңа ұғымдарды қазақ тіліне орнықтыру, аударма мен бейімдеу тәжірибесін жетілдіру өзекті болып қала береді. Кәсіпкерлік пен бизнес саласында қазақ тілін белсенді пайдалану ұлттық бизнес таптың кәсіби дискурста тілдік теңсіздікті азайтып, мемлекеттік тілдің мәртебесін нығайтады.

Қорыта келе, ұлттық экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы дәстүрлі және заманауи модус тұрғысынан ашылды. Тәуелсіздікке дейінгі кезеңде қазақ лексикографиялық еңбектердегі экономикалық дискурста тән бірліктердің семантикалық өрісі тар болды, тәуелсіздік алғаннан кейін олардың саны мен мазмұны кеңейіп, ұлттық экономикалық сананың жаңа концептілері тілде орнықты. Қоғамның экономикалық санасы қазіргіге қарағанда әлдеқайда салғырт дамығандығын сол кездегі лексикографиялық еңбектерде тіркелген экономикалық дискурс бірліктерін анық көрсетті. Мәселен, кеңестік кезеңде жарыққа шыққан Онтомдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» (1976 ж.) 91,5 мың атау сөз бен сөз тіркесі қамтылған. Сөздіктің I-томында кәсіпкерлік дискурста қатысты 34 атау анықталды. Тәуелсіздіктен кейін жарыққа шыққан лексикографиялық еңбектерде олардың семантикалық өрісі кеңейген, Оңбестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (2011 ж.) қазіргі қазақтілді экономикалық дискурста тән лексикалық бірліктердің саны артқан. Онда 150 мыңнан астам атау сөз бен сөз тіркесі тіркелген, оның I-томында кәсіпкерлік дискурста қатысты 56 атау бар болып шықты.

ҚОРЫТЫНДЫ

Әлемдегі кез келген дамыған елдің ұлттық экономикасы сол қоғамның түрлі салада даму динамикасына әсер етеді. Мемлекеттің экономикалық шаруашылық жүргізу саласындағы жетістіктері мен азаматтарының бақуатты өмір салтының артында оның экономикалық мәдениеті мен сапасы және тілі арасындағы үйлесімді ұштағандық берік байланыс бар. Елдің әлеуметтік-экономикалық салаларын дамытуда тілдің қызметі зор. Тіл білу – адам капиталын құраушы негізгі құрал болғандықтан экономикалық сананың қазіргі таңдағы маңызы, әсіресе оның тілдік тұрғыдан зерттелуі диссертациялық жұмысты өзекті етіп отыр, себебі экономикалық сананың трансформациясы, дамуы тілмен құрмаласа жүзеге асады. Сананың кез келген түрі сияқты экономикалық сананың да көрінісі тілде жүйелі түрде репрезентацияланады. Мұндай репрезентанттар әмбебап сипатта болады, әсіресе лексикалық қабаттағы өзгерістер басқаға қарағанда жылдам жүреді. Мәселен, қазақ тілінде күнделікті қолданысқа еніп кеткен кез келген сөздің этимологиясын қарағанда оның сайып келгенде атакәсіпке, реалий құбылысқа, экономикалық қатынасқа қатысы бар екенін байқаймыз. Егер халық көшпенді болса, мал шаруашылығына қатысты, отырықшы болса, отырықшылдыққа негіз болған экономикалық қатынастар: шаруашылық жүргізу ерекшеліктері тілдегі құбылыс атауларына себеп болды.

Диссертациялық жұмыста Қазақстан халқының экономикалық санасы тәуелсіздік алғанға дейінгі және тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңдерге бөлініп, екі түрлі модус шеңберінде анықталды. Оның алғашқысы – мәдени модус, екіншісі – кезеңдік модус. Мәдени модус өз ішінде заманауи және дәстүрлі модусқа жіктелді.

Дәстүрлі модуста мәдени маркерлі бірліктердің этнографиялық-лексикографиялық еңбектерге сүйене отырып, мәдени кодтары ашылды. Кеңестік кезең модусында «бай», «саудагер» сияқты сөз-концептілердің семантикасы жағымсыз сипатта көрсетіліп, тәуелсіздік кезең модусында олар қайта оң мағынамен жаңғырғаны анықталды.

Заманауи модуста кеңестік және тәуелсіздік алғаннан кейінгі экономикалық сананың тілде көрініс тапқан репрезентанттарына талдау жасалды. Қазіргі қазақ кәсіпкерлік дискурсы лексикасының лингвостатистикасы шығарылды. Ол үшін квантитативті әдіс қолданылды. Жұмыста қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурсқа қатысты 180 148 сөзқолданыстан тұратын электронды мәтіндер, медиа-тұлғалардың экономика, сауда, қаржы, кәсіпкерлік тақырыбындағы сұхбаттары «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналды және олардың жиілігі шығарылды. Ең жиі қолданатын сөздер шын мәнінде тіл иелмендерінің санасына орныққан ұғымдар дегенді білдіреді. Мәселен, «компания» сөзінің лексикалық доминанта ретінде жоғары жиілікпен тіркелуі тәуелсіздік кезеңінен кейінгі Қазақстан қоғамының экономикалық санасында институционалдық нарықтық құрылымдар мен бизнес ұғымдарының тілдік деңгейде орныққанын дәлелдейді. Зерттеу нәтижелері нарықтық экономиканың негізгі субъектілері – компаниялар, корпорациялар, серіктестер туралы түсініктердің халық санасында

тұрақты концептілер ретінде бекіп, белсенді қолданысқа енгенін көрсетеді. Бұл құбылыс экономикалық сананың заманауи модустағы трансформациясын айқындайтын когнитивтік-тілдік репрезентацияны көрнекті түрде танытады.

Осы тұста айта кететін жайт, «Forbes – Қазақстан» іскери журналынан жиналған мәтіндегі экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі 2016 жылғы 7 млн. сөзқолданыстан тұратын заманауи мәтіндер бойынша әзірленген бүгінгі күннің ең үлкен жиілік сөздікте берілген осы сөздердің жиілігімен бірдей болып шықты, демек сөздердің жиілігін шығару лингвокогнитивтік зерттеулер үшін де құнды мәлімет береді. Жиілігі жоғары атауыш сөздер қоғамдық санада, сол сияқты экономикалық санада қандай ұғымдардың өзектіленіп отырғанын аңғартады. Көрсетілген жиілігі жоғары атаулар қазіргі қазақтілді кәсіпкерлік дискурса тән белсенді лексика, қазақтілді тіл иелмендерінің санасына берік орныққан ұғымдар.

Мұнымен қоса, зерттеу барысында тілдің сауда, маркетинг және тұтынушылық мінез-құлыққа әсері байқалды. Осы бағытта тіл мен экономиканың, әсіресе бизнестегі қазақ тілінің рөлі жөнінде қоғам талқылауына түскен мәселелерді ғылыми тұрғыда қарастыру мақсатында әлеуметтік-тілтанымдық зерттеу жүргізілді. Зерттеуде сұхбат және сауалнама әдістері қолданылды. Сұхбатқа өз кәсібін ұлттық тілде өрбітіп, табысқа кенелген 15 шағын кәсіп иесі қатысты. Қазақтілді тұтынушының бейнесін анықтау және қазақтілді тұтынушының түрлі тілдердегі бренд атауларын қабылдау ерекшеліктерін анықтау мақсатында «Қазақтілді тұтынушы портреті» атты онлайн сауалнама жүргізілді. Сауалнамаға 18-65 жас аралығындағы түрлі әлеуметтік топ өкілдерінен 5233 респондент қатысты. Респонденттердің 85%-ын әйелдер, 15%-ын ер адамдар құрады. Қатысушылардың абсолют көпшілігі ұлтын «қазақ» деп белгіледі. Аталмыш зерттеудің қорытындысы:

- қазақтілді тұтынушылардың басым көпшілігі (90%) тауар мен қызметтерді мемлекеттік тілде сатып алуды қалайтындығы;
- қазақтілді тұтынушылардың жартысынан астамы (58%) қазақ тілінде қызмет көрсетпеген жағдайды қалыпты құбылыс деп санамайтындығы;
- қазақтілді тұтынушылардың бестен бірі (20%) қазақ тілінде ақпарат алу құқығы бұзылған жағдайда шағымданып, құқықтарының бұзылғанын хабарлайтыны анықталды.

Заманауи модус өз ішінде *кеңестік* және *тәуелсіздік кезең* болып екіге бөлініп қаралды. Соған сәйкес Қазақстан тәуелсіздік алғанға дейінгі және кейінгі кезеңдердегі тілдік өзгерістер негізінде қазақ ұлтының экономикалық санасының трансформациясы зерттелді, яғни қазақстандық қоғамдық сананың бір түрі ретінде экономикалық сананың қаншалықты өзгеріске түскенін, оның лексикалық өрісінің қаншалықты кеңігендігін көрсету үшін лексикографиялық еңбектердегі экономикалық дискурса тән тілдік бірліктердің саны мен сапасы талданды.

Диссертациялық жұмыстың ғылыми болжамы бойынша кеңестік кезеңнің көрінісі ретіндегі Онтондық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігіндегі» (1959, 1976, 1980, 1982, 1983, 1985, 1986) экономикалық дискурса қатысты тілдік

бірліктердің семантикасы өте тар болуы әбден мүмкін, себебі ол кезде Қазақстан экономикасы тәуелді түрде дамыды. Қоғамның экономикалық санасы қазіргіге қарағанда әлдеқайда баяу, салғырт дамыды. Зерттеу болжамының расталғанын тәуелсіздік алғаннан кейінгі жарыққа шыққан Онбестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігіндегі» (Алматы, 2011) экономикаға қатысты лексикалық бірліктердің талдауы дәлелдей түсті. Екі кезең сөздіктерін салыстырғанда, соңғы сөздікте сөздердің семантикалық өрісі әлдеқайда кеңейгені байқалды. Экономикалық дискурста тән лексикалық бірлік саны артқаны анықталды. Мысалы, бір ғана «баға» сөзінің семантикасы тәуелсіздікке дейін жарыққа шыққан Онтомдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» негізгі реестрде үш мағынамен берілген. Ал оның лексикалық өрісі жоқ. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан Онбестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» осы сөздің семантикасы негізгі реестрде бес мағынамен ашылған. Оның лексикалық өрісі отыз төрт сөз тіркесімен: *баға белгілеу (экон), баға берді, баға босатылды (экон), баға деңгейі (экон), баға жетпейді, баға жетпес, баға жоқ, әлемдік баға (саяси), баға ауқымы (экон), баға бәсекесі (экон), баға кесті, баға қойды, баға құралымы (экон), баға маштабы (экон), бағаны әртараптандыру (экон), бағаны қалпында сақтау (экон), бағаны оңтайландыру (экон), бағаны ырықтандыру (экон), бағасы асты, бағасы кетті, бағасын арттырды, бағасын көтерді, бастапқы баға (экон), бөлшек баға (экон), көтерме баға (экон), нарықтық баға (экон), өзіндік баға (экон), салыстырмалы баға (экон), сатып алу бағасы (экон), үстеме баға (экон), шарттық баға (экон)* берілген. Оның ішінде он тоғыз сөз тіркесі таза экономикалық қатынасты білдіретін лексикалық тіркес. Бұл «баға» сөз-концептісінің қаншалықты кеңейгендігінің айқын көрінісі.

Сонымен қатар диссертациялық жұмыста қазақ тіл ғылымында алғаш рет қазақ лингвистикасын әлемдік лингвистикамен және басқа ғылым саласы – экономикамен байланыстыруға талпыныс жасалды. Бұған дейін экономика мен тілдің арасындағы байланыс туралы тек қана болжалды, жалпылама ізденістер жүргізілсе, қазіргі әлемдік лингвистикада бұл сала бойынша нақты зерттеулер бар.

Диссертациялық жұмыста тілдің экономикалық сананы қалыптастырудағы, дамытудағы, трансформациялаудағы рөлі көрсетілді. Зерттеу тілдік бірліктердің (сөз, атау, фразеологизмдер, паремиологизмдер, термин) экономикалық санадағы трансформацияны қалай репрезентациялайтынын талдауға бағытталды. Жұмыста экономикалық құбылыстарға, реалийлерге қатысы бар атаулардың, ұғымдардың, терминдердің семантикалық дамуы, лингвостатистикалық сипаты, олардың когнитивтік байланысы, тілдік бірліктердің әлеуметтік-мәдени трансформацияны бейнелеудегі қызметі қарастырылды. Сонымен бірге зерттеу экономикалық санада қалыптасқан лексикалық бірліктердің кеңею, тарылу, мәндік-мағыналық жүктемесінің ауысуын сипаттайды. Осылайша аталмыш жұмыс лингвистикалық, лингвоэкономикалық, лингвосоциологиялық және лингвомәдениеттанымдық талдау элементтерін қамтитын пәнаралық тәсілге негізделген кешенді зерттеу әдістемесін ұсынады.

Сонымен диссертациялық жұмыста:

1. Экономикалық сананың тілдік репрезентациясы алғаш рет модустық (дәстүрлі-заманауи, кеңестік-тәуелсіздік кезеңдер) тұрғыда кешенді талданды. Мұндай талдау экономикалық сананың ұлттық ерекшелігін, өзгерісін тілдік деректер арқылы толыққанды сипаттауға мүмкіндік берді.

2. Кеңестік және тәуелсіздік кезеңдердегі экономикалық лексиканың квалитативті, квантативті, семантикалық трансформациясы дәлелденді. Кеңестік кезеңнің түсіндірме сөздіктеріндегі экономикалық ұғымдар мағыналық жағынан шектеулі, семантикалық өрісі тар, ал тәуелсіздік кезеңіндегі лексикографиялық сөздіктер деректерінде экономикалық сананың тілдік репрезентацияларының мағынасы кеңейіп, жаңа бірліктердің пайда болғаны көрсетілді.

3. Қазіргі қазақ кәсіпкерлік дискурс мәтінінің лингвостатистикалық сипаттамасы жасалды. Жоғары жиілікті сөздер қазіргі қазақ экономикалық санасының сөздіктерде тіркелген өзекті (ядролық) концептілерін құрайтыны дәлелденді.

4. Қазақ тіліндегі экономикалық атау, ұғым, терминдердің әр кезеңдегі, модустағы мағыналық өрісі мен өзгерісі жүйеленді. Зерттеуде «еңбек», «нарық», «бай», «байлық», «сауда», «саудагер», «көпес», «табыс» т.б. сияқты экономикалық сөз-концептілердің семантикалық дамуы, ұлттық дүниетанымдағы рөлін талданды.

5. Ұлттық экономикалық мәдениет пен шаруашылық жүргізу ерекшеліктерін көрсететін дәстүрлі модус пен заманауи модустың айырмашылығын репрезентациялайтын тілдік бірліктер анықталды.

6. Тіл – экономикалық сананың модельдеуші тетігі екені лингвоэкономика саласы аясында қалыптасқан теориялық тұжырымдар арқылы негізделді. Алғаш рет қазақ лингвистикасында тіл экономикалық сананы қалыптастырушы, шаруашылық жүргізу қатынастарындағы өзгерістерді репрезентациялаушы, ұлттық экономикалық мәдениетті трансформациялаушы құрал ретінде қарастырылды. Тіл мен экономиканың өзара байланысын анықтайтын лингвоэкономикалық методологиялар көрсетілді.

Диссертациялық жұмыста жалпы 1546 тілдік бірлік жиналды. Оның ішінде лексикалық бірліктер, терминдер, неологизмдер, кірме сөздер және тағы басқа тілдік бірліктер саны – 1020 құрады. Сөз тіркестері – 192, фразеологиялық бірліктер – 96, мақал-мәтелдер – 149, атаулар – 89 және «Forbes – Қазақстан» бизнес-журналынан 180 мың сөз қолданыстан тұратын электронды мәтіндер базасы жасақталды. Жиналған мәтіндердің жиілігі шығарылды. Жиілік сөздігі қосымшада берілді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

- 1 Гонтов Н.В. Материалы XIX Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 2019. – С. 46-47.
- 2 Гегель Г.В. Сила и рассудок, явление и сверхчувственный мир // Феноменология духа. – М.: Наука, 2000. – С. 72-91.
- 3 Кибрик А.Е. Язык. Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Сов. энцикл., 1990. – С. 604-606.
- 4 Гумбольдт фон В. О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию: Пер. с нем. / Общ. ред. Г.В. Рамишвили; Послесл. А.В. Гулыги и В.А. Звегинцева. – М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2000. – 400 с.
- 5 Гумбольдт В.О сравнительном изучении языков применительно к различным эпохам их развития // Избранные труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1984. – 400 с.
- 6 Фердинанд де Соссюр Труды по языкознанию / пер. с франц. А.А. Холодовича. - М.: Прогресс, 1977. – 696 с.
- 7 Звегинцев В.А. Теоретико-лингвистические предпосылки гипотезы Сепира-Уорфа. – Новое в лингвистике, 1960. – С. 111-134.
- 8 Whorf B.L. Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf (J. B. Carroll, Ed.). – Cambridge, MA: MIT Press, 1956. – 134 p.
- 9 Уорф Б. Отношение норм поведения и мышления к языку, 1960. – С. 140-141.
- 10 Steven Pinker The language instinct / p. cm. Originally published. - New York : W. Morrow and Co., 1994. – 491 p.
- 11 Выготский Л.С. Мышление и речь. Психологические исследования / под ред. и со вступ. статьей В.Колбановского, Государственное социально-экономическое издательство, 1934. – С. 111-323.
- 12 Roberson D., Davidoff J., Davies L., Shapiro L.R. Colour categories and category acquisition in Himba and English. Progress in Colour Studies // Psychological Aspects, 2006. – Vol. 2. – P.159-172.
- 13 Lucy J.A. Language diversity and thought: A reformulation of the linguistic relativity hypothesis // Cambridge University Press, 1992. – 84 p. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511620843>.
- 14 Boroditsky L. How Language Shapes Thought. Scientific American, 2011.- №304(2). – P. 62-65.
- 15 Levinson, S. Space in Language and Cognition: Explorations in Cognitive Diversity // Cambridge University Press, 2003. – 368-369 pp. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511613609>
- 16 Ginsburgh V., Weber S. How Many Languages Do We Need? The Economics of Linguistic Diversity // Princeton University Press, 2016. – 18-35 pp.
- 17 Chen K. The Effect of Language on Economic Behavior: Evidence from Savings Rates, Health Behaviors, and Retirement Assets // American Economic Review. № 103, 2013. – P. 690-731.

- 18 Эконс. Экономический разговор / Экономика языка, 2019. <https://econs.online/articles/ekonomika/ekonomika-yazyka/>. 20.12.2020.
- 19 Яроцкая Г.С. Языковая репрезентация экономического сознания в русской лингвокультуре: дисс. ... док.филол.наук. Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова, Одесса, 2015. – 497 с.
- 20 Гродекова Н.И. Киргизы и каракиргизы Сырдарьинской области. Ташкент, 1889. – С. 49-50.
- 21 Мякутин А.И. Юридический быт киргизов. Обязательственное право. Оренбург, 1910. – С. 127-137.
- 22 Кенжеахметұлы С. Ұлттық әдет-ғұрыптың беймәлім 220 түрі. – Алматы: Санат, 1998. – 254 б.
- 23 Keysar B., Hayakawa S.L., An S.G. The Foreign-Language Effect Thinking in a Foreign Tongue Reduces Decision Biases // Psychological Science, 2012. – №23. – P. 661-668 бб.
- 24 Breton A. and Mieszkowski P. The Economics of Bilingualism, in W. Oates (ed.) The Political Economy of Fiscal Federalism. – Lexington: Free Press, 1977. – P. 261–273.
- 25 Пиязбаева А. Экономикалық сана мен экономикалық ойлау: өзара байланыс диалектикасы // Bulletin the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. – №3(398), 2022. – P. 360-378.
- 26 Уәли Н., Фазылжанова А. Қоғамдық сананың түрлері және тіл бірегейлігі // ҰҒА Хабарлары. № 4, 2009. –10-15 бб.
- 27 Тарасов Е.Ф. Языковое сознание – перспективы исследования // Языковое сознание: содержание и функционирование: материалы XIII Международного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. – М., 2000. – 120 с.
- 28 Дюркгейм Э. О разделении общественного труда / пер. с фр. А.Б. Гофмана, примечания В.В. Сапова. – (История социологии в памятниках).– М.: Канон, 1996. – 432 с.
- 29 Жантану атауларының түсіндірме сөздігі. – Алматы: «Сөздік-Словарь», 2006. – 384 б.
- 30 Базилевич В.Д., Ильин В.В. Философия экономики. История. – М.: Знание, 2011. – 927 с.
- 31 Соколова Г.Н. Экономическая социология. – Минск, 1995. – 103 с.
- 32 Фофанов В.П. Экономические отношения и экономическое сознание. – Новосибирск: Наука, 1979. – 270 с.
- 33 Попов В.Д. Экономическое сознание: сущность, формирование и роль в социалистическом обществе. – М., 1981. – 146 с.
- 34 Уледов А.К. Перестройка и сознание. Научное издание. – М.: Мысль, 1988. – 106 с.
- 35 Поляков С.П. Историческая этнография Средней Азии и Казахстана Хоз-во, социал. орг., этн. История: учеб. пособие для вузов по спец. "История". – М.: Изд-во МГУ, 1980. – 168 с.

- 36 Юдахин К.К. Киргизско-русский словарь. Место издания – М.: Издательство: Советская энциклопедия, 1965. – 974 с.
- 37 «Дала уалаятының газеті» 1888-1894 жж.: әдеби нұсқалар / Құрас.: У.Суханбердина. - Алматы: Ғылым, 1989. – 656 б.
- 38 Карутц Р. Среди киргизов и туркмен на Мангышлаке: Этнографические очерки. - СПб.: Изд.: А.Ф.Девриен, 1911. – 189 с.
- 39 Чернов М.А. Археологические исследования в ущелье Боралдай в 2019 году // Археология Казахстана. -2020.-. № 1(7). – С. 11-24.
- 40 Юсупов М. Табиғат тағлымы. – Алматы: Қайнар, 1986. – 157 с.
- 41 Қазақ этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі // Энциклопедия. – Алматы, №5, 2017.– Б. 128-129.
- 42 Сеитов М.Д. Охота с ловчими птицами у казахов Семипалатинского края (с предисловием и замечанием И.А.Чеканинского) // ЗСООИК (бывший СПО ИРГО). - Семипалатинск, 1929. – 65-74 с.
- 43 Айтбаев М.Т. Очерки охоты киргизов XIX и начала XX веков // ТИИ АН КиргизССР, 1959. – 19 с.
- 44 Мұқанов С. Халық мұрасы: тарихтық-этнографиялық шолу. – Алматы: Жазушы, 2005. – 303 б.
- 45 Уәли Н. Бұрынғыдан қалған сөз (қолжазба). Қазақтың этнографиялық категориялар, ұғымдар мен атауларының дәстүрлі жүйесі // Энциклопедия. – Алматы: РПК “СЛОН”, 2012. – 148 б.
- 46 Кеңесбаев І. Қазақ тілінің фразеологиялық сөздігі. - Алматы: Ғылым, 1977. – 176 б.
- 47 Барисов Е.Ф. Экономическая теория: курс лекций. – М.: Юрайт., 2001. – С. 10-26.
- 48 Архипов А.Ю. Современное экономическое мышление (Вопросы теории и практики развития): дис. ... докт. экон.наук. - Ростов на Дону, 1999. – 341 с.
- 49 Ивашковский С.Н. Экономика для менеджеров: Микро- и макро уровень. 4-ое изд., испр. – М.: Дело, 2008. – 440 с.
- 50 Кузнецов В.М. Производственный коллектив: содержание и формы экономической деятельности. – М.: Политиздат, 1985. – 320 с.
- 51 Попов В.Д. Экономическое сознание: сущность, формирование, роль в обществе. – М., 1989. – 7 с.
- 52 Абалкин Л.И. Новый тип экономического мышления. – М.: Экономика, 1987. – 191 с.
- 53 Victor A. Ginsburgh, Juan Prieto-Rodriguez Returns to Foreign Languages of Native Workers in the European Union // ILR Review. – 2011.-Т.64, №3. – P. 599–618.
- 54 Фазылжанова А. Біз ұлттық тілімізді барынша қорғап қалу кезеңінде тұрмыз (сұхбат) // «ҚазАқпарат» Халықаралық ақпарат агенттігі, - 2020.https://www.ww.w.inform.kz/kz/anar-fazylzhan-biz-ulttyk-tilimizdi-barynshakorgap-kalu-kezeninde-turmyz_a3608802 20.12.2020.

55 Loi Toubon République Française Loi n 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française // Journal Officiel de la République Française, 1994. [электронды ресурс] <https://assises.observatoireplurilinguisme.eu/les-fondamentaux/politiques-linguistiques/427-loi-qtoubonq-relative-lemploi-de-la-langue-franais> кіру уақыты: 22.10.2021

56 Jánk I., Rási Sz. Hungarian as a minority and majority language in different language policy contexts // Current Issues in Language Planning, 2023. - №26 (1). – P. 1-18. DOI:10.1080/14664208.2023.2256069.

57 Сулейменова Э.Д. Язык как ресурс мягкой силы: монография / Казахский нац. ун-т им. Аль-Фараби. – 2-е изд., доп.. – Алматы: Қазақ университеті, 2018. – С. 109-115 .

58 Akmaral Piyazbayeva, Anar Fazylzhanova Language and Economics: The Linguistic Representation of Economic Consciousness Transformation Eurasian // Journal of Applied Linguistics, 2025.- № 11(2). – P.52-68.

59 Abbasova K. Cultural Political, and Technological Influences on the Evolution of German // EuroGlobal Journal of Linguistics and Language Education .- 2024.-№1(2). – P.26-37.

60 Barry R. Chiswick, Paul W. Miller The Economics of Language: International Analyses // Routledge Studies in the Modern World Economy. – 2014. – Т.65. – 624 p.

61 Ayres-Bennett W., Hafner M., Dufresne E., Yerushalmi E. The economic value to the UK of speaking other languages. RAND Corporation, 2022. [электронды ресурс] https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA1814-1.html кіру уақыты: 18.06.2024.

62 Gazzola Michele, Wickström Bengt-Arne The Economics of Language Policy. Cambridge: MIT Press., Cambridge, 2016. – P.1-18.

63 Grin F. Challenges of Minority Languages. In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). The Palgrave Handbook of Economics and Language. - London: Palgrave Macmillan, 2016. – P. 616-658.

64 Marschak J. The Economics of Language // Behavioral Science, №10,1965. – P.135-140.

65 Белецкий С.Б. Языковая политика по расчету // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Научно-образовательный портал IQ. [электронды ресурс] <https://iq.hse.ru/news/315210835.html>. 20.12.2020.

66 Laakso Johanna. Hungarian Is No Idioma Incomparabile: The Hungarian Language Reform in European Comparison // *Hungarian Cultural Studies*. e-Journal of the American Hungarian Educators Association. – 2014. – Vol.7. – 165 p. <http://ahea.pitt.edu> DOI: 10.5195/ahea. 165.

67 Путешествия Элиаса Лённрота: Путевые заметки, П 90 дневники, письма 1828-1842 гг./Пер. с фин. В. И. Кий ранен и Р. П. Ремшуевой. Стихи в пер. О. Мишина. Научн. ред., вступит, ст. и примеч. У. С. Конкка. – Петрозаводск: Карелия, 1985. – 320 с.

68 Keith M. Chen The Effect of Language on Economic Behavior: Evidence from Savings Rates, Health Behaviors, and Retirement Assets // American Economic Review. -2013– T. 103, №. 2. – P. 690–731.

69 Omar A. Words of the World. The Global Language System Abram de Swaan // Polity Press. - Cambridge, 2001. – 253 p.

70 Victor A. Ginsburgh, Juan Prieto-Rodriguez Returns to Foreign Languages of Native Workers in the European Union // ILR Review. – 2011.- T. 64.-№ 3. –P. 599-618.

71 Grin F. Challenges of Minority Languages. In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). The Palgrave Handbook of Economics and Language. - London: Palgrave Macmillan, 2016. – P. 616-658.

72 John Andrew. Language, learning and location Department of Economics University of Virginia. Charlottesville, 1995. [электронды ресурс] https://www.researchgate.net/publication/5051354_Language_Learning_and_Location

73 John A. and. Yi K. Language and Location unpublished MS, 2001. [электронды ресурс] https://www.researchgate.net/publication/5051354_Language_Learning_and_Location

74 Cooper R., John A. Coordinating coordination failures in Keynesian models. // Quarterly Journal of Economics.-1988.-№ 103(3). – P.441-463.

75 Abrams D. and Strogatz S. Modelling the Dynamics of Language Death, Nature, 2003. – 424 p.

76 Nettle D. Explaining Global Patterns of Linguistic Diversity, // Journal of Anthropological Archaeology.-1998.-№ 17. – P. 354-374.

77 John Linguistic Diversity in the Very Long Run. Melbourne Business School Working Paper, 2015. – 1-39 pp.

78 Smith A. Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective. In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). The Palgrave Handbook of Economics and Language. - London: Palgrave Macmillan, 2016. – P. 61-100.

79 Gabszewicz J., Ginsburgh V., Weber S. Bilingualism and Communicative Benefits // Annals of Economics and Statistics.-2011.-№ 101. – P. 271-286.

80 Chiswick B.R. and Miller P.W. The Economics of Language: International Analyses. London: Routledge, 2007. – 437 p.

81 Ginsburgh V., Weber S., Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective // The Palgrave Handbook of Economics and Language, 2016. – P. 1-48.

82 Anthony Bellofatto, How Does Language Impact Foreign Investing in a Multilingual Country? // University catholique de Louvain - Louvain School of Management, 2017. – 395-412 pp.

83 Бизнес ұлттық тілге бет бұрды [электронды ресурс] <https://egemen.kz/article/96425-biznes-ulttyq-tilge-bet-burdy> .06.09.2020.

84 Ethnologue.com [электронды ресурс] <https://www.ethnologue.com/guides/how-many-languages>.11.11.2024.

85 Hellinger M., Pauwels A. (Eds.). Language and communication: Diversity and change. Berlin: Mouton de Gruyter. -2007. –Vol. 9. – 333 p.

86 Fishman J.A. Handbook of language and ethnic identity: Disciplinary and regional perspectives. New York: Oxford University Press. -2010.- Vol.1. – 2 p.

88 Spolsky B. The Cambridge handbook of language policy. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. [электронды ресурс] <https://doi.org/10.1017/CBO9780511979026>

89 Bailey R., Cameron D., Lucas C. The Oxford handbook of sociolinguistics. Oxford: Oxford University Press. Language. – 2013, №90(1).–P. 283-287.

90 Martinet A. Économie des changements phonétiques. Berne, Éditions A. Francke S.A., 1955. – 396 p.

91 Chen M. Economy in phonological change. The Hague: Mouton. Brill, Leiden, 1972. –P. 258-284.

92 Esau H. Economy in linguistic change. The Hague: Mouton // Linguistics, 1973. – P. 20-40.

93 Fishman J.A. Reversing language shift: Theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages. - Clevedon: Multilingual Matters, 1991. – 441 p.

94 Spolsky B. Language policy. - Cambridge: Cambridge University Press, 2004. – 15 p.

95 Romaine S. The global extinction of languages and its consequences. In T. McCarty & S. May (Eds.), Language policy and political issues in education // Cham: Springer, 2015. – P.331-345.

96 Sontag S. Linguistic justice: International law and language policy. In Gazzola M., B. Grin (Eds.), Economics of language policy Cambridge: MIT Press, 2015. – P.111-130.

97 Zenz A. Language, education and minority rights. Journal of Multilingual and Multicultural Development.-2015.-№ 36(5). – P.491-507.

98 Hayes B. Language policy and planning: From national to global. Annual Review of Applied Linguistics.-2013.-№33. – P.97-118.

99 May S. Language and minority rights: Ethnicity, nationalism and the politics of language (2nd ed.). - New York: Routledge, 2012. – 448p. <https://doi.org/10.4324/9780203832547>

100 Лычагин М.В., Рябова И., Давыдов Д. Экономика языка и языковая политика. - М.: Знание, 2017. – 78 с.

101 Кадочников Д. Экономическая эффективность языковой политики // Вопросы экономики (2). - СПб., 2016. – С. 128-140.

102 Одинг Н.Ю., Юшков А.О., Савулькин Л.И., Попов А.Ю. Язык и экономика: проблемы и перспективы. - Екатеринбург, 2001. – С. 112-129.

103 Breton A. The Economics of Language: A Canadian Perspective. International Journal of the Sociology of Language.-1998.-№134(1). – P. 5-27.

104 Grin F. Language Planning and Economics // Current Issues in Language Planning.- 2003.- № 4(1). – P. 1-66.

- 105 Тіл және қоғам. Әлеуметтік лингвистика бөлімінің тұрақты «Тіл және қоғам» тілтанымдық алаңы / жауапты ред. Г.Исаева. – Алматы: Everest. 2024. – 50 б.
- 106 Пиязбаева А.Б., Фазылжанова А.М. Экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы // ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. - 2023.-№3 (191). – 44-55 бб.
- 107 Розенталь Д.Э. Словарь-справочник лингвистических терминов. Пособие для учителя / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Просвещение, 1985. – 399 с.
- 108 Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage, 1997. – 74 p.
- 109 Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. - Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 401 p.
- 110 van Dijk T.A. Discourse and Power. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2008. – 1-303 pp.
- 111 Репрезентация. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. [электронды ресурс] URL: https://epistemology_of_science.academic.ru/695. 20.12.2020.
- 112 Коновалова М.В. Эвокативная репрезентация и воздействие в медиадискурсе // Филология: научные исследования, № 3, 2017. – С. 98-106.
- 113 Залевская А.А. Текст и его понимание. Монография. Тверской гос. ун-т. – Тверь : Тверской государственный университет, 2001. – 177 с.
- 114 Пискорская С.Ю. Теория познания как теория репрезентации и теория отражения // Вестник КРАСГАУ, №3 (9), 2003– С. 280-286.
- 115 Вотинцева Е.В. Способы языковой репрезентации ценностных ориентиров в языковой картине мира молодежи: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Уфа, 2018. – 168 с.
- 116 Lakoff G. Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind. Chicago: University of Chicago Press, 1987. – 48 p.
- 117 Jakobson R. Closing Statement: Linguistics and Poetics. In Sebeok, Thomas A., ed. Style in Language. Cambridge, MA: MIT Press, 1960. – P. 350-377.
- 118 Соболев Е.Ю. Языковые средства репрезентации эмоции удивления в английском художественном тексте // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика», № 3, 2011. – С. 135-142.
- 119 Elena Semino Metaphor in Discourse, Cambridge: Cambridge University Press, 2008. –247 p.
- 120 Қазақ мақал-мәтелдері / Жинап, құрастырған Ө. Тұрманжанов, К. Ахметбекұлы. – Алматы: Қазақстан, 2008. – 208 б.
- 121 Пиязбаева А., Фазылжанова А., Белецкий С., Дүйсен Қ., Баймырза А. Лингвоэкономика және экономикалық сана трансформациясының репрезентациясы // Тілтаным .-2023.-№2 (90). – 82-89 бб.
- 122 Шибанова Е.О. Метафизические концептуальные системы в сфере экономики и политики: на материале англоязычной прессы: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Шибанова Екатерина Олеговна. – М., 1999. – 258 с.

- 123 Томашевская К.В. Лексическое представление языковой личности в современном экономическом дискурсе. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998. – 134 с.
- 124 Баянкина Е.Г. Функциональная двойственность текста патента / Е.Г. Баянкина // Диалектика текста: в 2 т. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2003. – С. 193-208.
- 125 Мурадян А.А. Сравнительный анализ лексических доминант англо- и русскоязычного экономического дискурса // в сборнике: многомерные миры молодой науки. Сборник статей международной научной конференции. Российский университет дружбы народов. – 2015. – С. 61-67.
- 126 Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. – Волгоград, 2000.– С. 5-20
- 127 Шереметьева А.А. Основные характеристики экономического дискурса// Вестник Кузбасской государственной педагогической академи.-2011. № 7 (13). – 29 с.
- 128 Ликунь М. Русский экономический текст в функционально-стилистическом и социолингвистическом аспектах: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.02 / М. Ликунь. – Одесса, 2008. – 288 с.
- 129 Стожко К.П. Экономическое Сознание. Екатеринбург: Изд-Во Урал, Ун-Та, 2002. – 426 с.
- 130 Уәли Н. Қазақ сөз мәдениетінің теориялық негіздері: филол. ғыл. докт. дисс. – Алматы, 2007. – 328 б.
- 131 Қасабек А. Қазақ дүниетанымы. Алматы: Раритет, 2002. – 312 б.
- 132 Фазылжанова А. Ұлттық санадағы еңбек концептісі – жалпыға ортақ еңбек қоғамытұжырымдамасының тірек ұғымы [электронды ресурс] https://el.kz/content-26575_16675/. 20.12.2020.
- 133 Тоқтабай А. Қазақ жылқысының тарихы / А. Тоқтабай. – Алматы: Алматыкітап, 2010. – 496 б.
- 134 Арғынбаев Х.А. Қазақтың мал шаруашылығы жайында этнографиялық очерк. – Алматы: Ғылым, 1969. – 170 б.
- 135 Тоқтабай А., Сейітқұлова Ж. Төрт түліктің қасиеті. – Алматы, 2005. – 192 б.
- 136 Баллюзек Л.Ф. Народные обычаи, имевшие, а отчасти и ныне имеющие, в Малой Киргизской орде силу закона // Записки Оренбургского отдела Императорского Русского географического общества, №2,1871. – 10 с.
- 137 Бекмаханов Е. Қазақстан 19 ғасырдың 20-40 жылдарында оқу құралы / – Алматы: Санат, 1994. – 416 б.
- 138 Жүнісов А. Бабалар дәстүрі қазақтың байырғы тұрмыс-салт ғұрыптары. – Алматы, 1992. – 79 б.
- 139 Қалиев С., Оразаев М., Смайылова М. Қазақ халқының ежелден қалыптасқан шығармашылық өнерінде тұрмыс-салт ... Қазақ халқының салт-дәстүрлері. – Алматы: Рауан,1994. – 192 б.

- 140 Шүкірәлиев К. Тәуке хан «Жарғысы» хақында мағлұмат // Қазақтың ата заңдары: құжаттар, деректер және зерттеулер. Алматы: Жеті Жарғы, 2005. – Б.492-494.
- 141 Бәби Т. Абақ керейдің заң ережесі жөнінде // Қазақтың ата заңдары. X том. - Алматы: Жеті жарғы, 2009. – 348 б.
- 142 Кудьтеев Т.М. Обычное право казахов в XVIII - первой половине XIX века : научное издание / С. Л. Фукс. – Алма-Ата: Наука КазССР, 1981. – 222 с.
- 143 Шойбеков Р.Н. Қазақ зергерлік өнерінің сөздігі / Қаз.ССР. ғылым акад. А.Байтұрсынов атынд. тіл білімі инс-ты. – Алматы: Ғылым, 1991. – 88 б.
- 144 Қазақстан»: Ұлттық энциклопедия / Бас редактор Ә. Нысанбаев – Алматы «Қазақ энциклопедиясы» Бас редакциясы, 1998. – 510 б.
- 145 Алимбай Н., Муканов М. С., Аргынбаев Х. Традиционная культура жизнеобеспечения казахов. Очерки теории и истории. – Алматы: Ғылым, 1998. – 234 с.
- 146 Сабитов Н.С. Культура и быт казахского колхозного аула // Вестник Академии Наук КазССР. -1950. –№10.- С. 51-60.
- 147 Тәжімұратов Ә. Шебердің қолы ортақ – Алматы: Қазақстан, 1977. – 96 б.
- 148 Аргынбаев Х. Қазақтың мал шаруашылығы жайында этнографиялық очерк: қазақ ССР Ғылым Академиясының Ш.Ш.Уәлиханов атындағы тарих, археология және этнография институты. - Алматы: Ғылым, 1969. – 170 б.
- 149 Кармышева Дж. Земледельческое обрядность у казахов // Древние обряды верования и культуры народов Средней Азии. - М.: Наука, 1986. – 12 с.
- 150 Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі / ред. басқ. І. К. Кеңесбаев; құраст.: Ш. Ахметова; Қазақ ССР Ғылым академиясы, Тіл білімі ин-ты. – Алматы: Ғылым, 1961.– №2.– 533 б.
- 151 Дүйсенханов Е.С., Щеглов С.А., Ханин Д., Фазылжанова А.М., Сейтенов А.А. Кәсіпкерлік және бизнес негіздері 10 сынып оқулық. 1-бөлім. Алматы: Көкжиек-Горизонт баспасы, №96, 2019. – 186 б.
- 152 Қасымбаев Ж.К. Шығыс Қазақстан қалаларының қазақ ауылымен, отырықшы деревнямен және шекаралас елдермен өзара қарым-қатынастарындағы орталықтар ретінде дамуы. – Алматы. – 1983. – 324 б.
- 153 Пиязбаева А.Б., Фазылжанова А.М. Экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы // ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы. -2023.-№3 (191). – Б.44-55.
- 154 Қазақ әдеби тілінің сөздігі. Он бес томдық. / Құраст. Т.Жанұзақ, С.Омарбеков, Ә.Жүнісбек және т.б. – Алматы, 2011. – 752 б.
- 155 Толыбеков С.Е. Кочевое общество казахов в XVII – начале XX века. (Политико-экономический анализ). Алма-Ата: Наука, 1971. – 633 с.
- 156 Бекмаханов Е. Қазақстан XIX ғасырдың 20-40 жылдарында. Алматы: Санат, 1994. – 416 б.
- 157 Қасымбаев Ж. Казахстан – Китай. Караванная торговля в XIX- начале XX вв. - Алматы: Өлке, 1996. – 206 с.

- 158 Мұқанов С. Аққан жұлдыз: роман / С. Мұқанов, 1975. – 426 с.
- 159 Райымханова К.Н. Ата кәсіп: этнографиялық зерттеу. Алматы: Қазақстан, 2001. – 124 б.
- 160 Жәнібеков Ө. Жолайырықта: көкейкесті тақырыпқа сұхбат / суретшісі: Г. Сидоров. – Алматы: Рауан, 1995. – 111 б.
- 161 Қазақ Совет Энциклопедиясы / Бас ред. М.Қ. Қаратаев. – Алматы: 1975. – 639 б.
- 162 Piyazbaeva Akmaral Language Representation of Economic Consciousness Transformation / VI. International Research Congress on Social Sciences November Ankara. Turkey. – 173 p.
- 163 Ивин А.А. Логика: Учеб. пособие / А.А. Ивин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Знание, 1998. – 240 с.
- 164 Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М.: Эдиториал УРСС, 2001. – 416 с.
- 165 Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.
- 166 Шмелева Т. В. Семиотика политического дискурса тема диссертации и автореферата по ВАК РФ 10.02.01, доктор филологических наук, 2000. – 431 с.
- 167 Всеволодова М. В. Синтаксис современной русской речи: Прагматический аспект. – М.: Логос, 2001. – 432 с.
- 168 Земская Е. А., Китайгородская М. В., Ширяев Е. Н. Русская разговорная речь. – М.: Наука, 1981. – 240 с.
- 169 Қазақтың қолданбалы өнері Прикладное искусство казахов / Д. Шокпарұлы, Д. Дәркембайұлы. – Алматы: Алматыкітап, 2007. – 272 б.
- 170 Шуман В. Драгоценные и полудрагоценные камни. Издание 13. Издание: ЗАО БММ, Москва, 2006. – 312 с.
- 171 Қазақ совет Энциклопедиясы: Казахская советская Энциклопедия / [Қазақ ССР ғылым академиясы, Қазақ ССР ғылым академиясының бас редакциясы]; Бас ред. М. Қ. Қаратаев. А-Аяпов. – Алматы, 1972. – 647 с.
- 172 Сыздықова Р. Сөздер сөйлейді (сөздердің қолданылу тарихынан). Көптомдық шығармалар жинағы. – Алматы: «Ел-шежіре», 2014. – 412 б.
- 173 Радлов В.В. Опыт словаря тюркских наречий.– СПб., 1888– Т.IV. Ч.2. – 1905 с.
- 174 Киргизско-русский словарь / сост. по материалам Н.И. Ильминского и др. - Оренбург: Б.А. Бреслина, 1897. – 244 с.
- 175 Копытов О.Н. Модус на пространстве текста: монография. – Хабаровск: Изд-во ХГИИК, 2012. – 299 с.
- 176 Thomas Witlam Atkinson, Oriental and Western Siberia. Narrative of seven years exploration and adventures by London: Hurst and Blackett Publishers, 1858. – 580 p.
- 177 Жәлел О. Баяғыда қазақ байларын қандай болған? Байлық пен дәулеттің айырмашылығы [электронды ресурс] <https://informburo.kz/kaz/bayayda-aza-baylary-anday-bolan-bayly-pen-dulett-ayurmashylyu.html> 20.12.2020.

- 178 Абылхожин Ж. Очерки социально-экономической истории Казахстана. XX век. Монография. – Алматы: Университет "Туран", 1997. – 360 с.
- 179 Диваев А. Аткамнеры // Этнографические материалы собранные и переведенные А. Диваевым. Ташкент, 1900. – 312 с.
- 180 Омарбеков Т. 20-30 жылдардағы Қазақстан қасіреті. – Алматы: Санат, 1997. – 318 б.
- 181 Баяғыда байлар қандай болған? / Бурабай газеті, 2021. [электронды ресурс] <https://www.facebook.com/gazeta.burabay/posts/> . 20.12.2020.
- 182 Емельянова О.П. Репрезентация стереотипного образа бизнесмена в русскоязычной и англоязычной лингвокультурах. // Наука и современность. Филологические науки, 2010. –Б. 29–36.
- 183 Арғынбаев Х. Қазақ халқының қолөнері: ғылыми-зерттеу еңбек. – Алматы: Smart University Press, 2024. – 128 б.
- 184 Адамбаев Б. Халық даналығы: қазақ мақал-мәтелдері мен шешендік сөздері. – Алматы: Мектеп, 1976. – 158 б.
- 185 Аженов М.С. Қазақтың дәстүрлі шаруашылығы: әлеуметтік-экономикалық негіздері. Алматы: Ғылым, 1998. – 19 б.
- 186 Уәлиев Н. Қазақ мақал-мәтелдері – ұлттық дүниетанымның айнасы. Қазақ тілі мен әдебиеті, №4, 2005. – Б. 22-26.
- 187 Сапарғалиев Г. Кәсіп және ұлт: дәстүрлі шеберліктің жаңғыру жолдары. Қазақ қоғамы және мәдениет.-2016.-№ 2(4). –Б. 41-49.
- 188 Әлімбаев Н. Дәстүрлі қазақ қоғамындағы кәсіп құрылымы мен еңбек бөлінісі. Қазақ этнографиясы очерктері, 2-бөлім. Алматы: Раритет, 2007. [электронды ресурс] <https://kazneb.kz/kk/catalogue/view/1170716>
- 189 Салғарин Қ. Қасапшылық. Алматы: Қайнар, 1990. – 124 б.
- 190 Қасиманов С. Қазақ халқының қолөнері. – Алматы: Қазақстан. 1995. – 240 б.
- 191 Шоқпарұлы Д. Теріден жасалатын бұйымдарды құрастыру технологиясы. – Алматы: Кітап, 2005. – 176 б.
- 192 Қазақ әдеби тілінің сөздігі. Байтұрсынұлы атындағы тіл білімі институты; сөздікті құраст.: Б. Момынова [ж.б.]. – Алматы: Арыс, 2007. – 99 б.
- 193 Шипова Е.Н. Словарь тюркизмов в русском языке – Алма-Ата: Наука, 1976. – 444 с.
- 194 Базылған Б. Қазақша-моңғолша сөздік. – Ұланбатыр, 1977. – 392 б.
- 195 Смирнов Е.Т. Дервишизм в Туркестане // ТС. Т.462. Ташкент, 1908. – С.167-198.
- 196 Гродеков Н.И. Киргизы и каракиргизы Сыр-Дарьинской области. Т.1. Юридический быт. Ташкент: Типо-Литография С.И. Лахтина, 1889.- 298 б. <https://kazneb.kz/ru/catalogue/view/1111248>
- 197 Сәкен Сейфуллин Тар жол, тайғақ кешу / Әдеби. kz [электронды ресурс] <https://online.pubhtml5.com/gzki/igmw/#p=1>. 20.12.2020.
- 198 Қазақ мақал-мәтелдері: научное издание / Құраст. Малайсарин Ж. – Алматы: Ана тілі, 2003. – 184 б.

- 199 Қазақ тілінің аймақтық сөздігі /Құраст. Ғ.Қалиев, О.Нақысбеков, Ш.Сарыбаев, А.Үдербаев және т.б. – Алматы: «Арыс» баспасы, 2005. – 824 б.
- 200 Майлықожа Сұлтанқожаұлы. Шығармалары. – Алматы «Нұрлы Press.kz», 2014. – 288 б.
- 201 Тетеревников А.Н. Очерк внутренней торговли киргизской степи. Спб., 1867. – 77 с.
- 202 Кеңесбаев І. Қазақ тілінің фразеологиялық сөздігі. – Алматы: Ғылым, 1977. – 712 б.
- 203 О торговле в Восточном-Туркестане, и дополнения к предшествующим известиям, по рассказам Туркестанских паломников 1835 // ТС. Т.17. СПб, 1870. – С.199-204.
- 204 Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality. - New York: Doubleday, 1966. – 247 p.
- 205 Макаров М.Л. Основы теории дискурса. – М.: Гнозис, 2003. – 280 с.
- 206 Moscovici S. The Phenomenon of Social Representations.- Cambridge: Cambridge University Press, 1984. – 189 p.
- 207 North D.C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance.- Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 147 p.
- 208 Қазақша-орысша, орысша-қазақша терминологиялық сөздік . – Астана: ҚАЗАқпарат, 2014. – 464 б.
- 209 Русско-казахский толковый словарь // Экономика и финансы. – Павлодар: ЭКО, 2007. – 730 с.
- 210 Манкеева Ж.А. Мәдени лексиканың ұлттық. – Алматы: Ғылым, 1997. – 272 б.
- 211 Informburo.kz Қазақтың табақ тарту дәстүрі. Оның түрлері қандай? Мәні, мағынасы неде? [электронды ресурс] <https://informburo.kz/kaz/azaty-taba-tartu-dstr-ony-trler-ansha-mn-maynasy-nede.html>. 22.12.2024
- 212 Atr. kz gazetі Табақ тартып, ет турай аласыз ба? [электронды ресурс] <https://atr.kz/qogam/tafaq-tartyp-et-turaj-alasyz-ba/>.22.12.2024.
- 213 Әуезов М. Абай жолы: роман-эпопея. 2-ші кітап / М. Әуезов. – Алматы: Жазушы, 2020. – 416 б.
- 214 Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие.– М.: Эдиториал УРСС, 2001.– 347 с.
- 215 Lazaraton A. Qualitative research in applied linguistics: A progress report. TESOL Quarterly, 1995. – №29(3). – P. 455-472.
- 216 David Nunan Research Methods in Language Learning. Cambridge University Press. 1992. – 32-45.
- 217 Зализняк А.А. Грамматический словарь русского языка: Словоизменение: около 100000 слов.– М.: Русский язык, 1977. – 879 с.
- 218 Щерба, Л.В. Языковая система и речевая деятельность / Л.В. Щерба. – Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1974. – С. 265-304.
- 219 Виноградов В. В. Русский язык (Грамматическое учение о слове)/Под ред. Г. А. Золотовой. – 4-е изд. – М.: Рус. яз., 2001. – 720 с.

- 220 Кеңесбаев, І. Қазақ тіл білімі туралы зерттеулер: Исследования по казахскому языкознанию / ред.кол.Ә.Т.Қайдаров т.б. - Алматы : Ғылым, 1987. – 352 б.
- 221 Қайдар Ә. Қазақ тілінің өзекті мәселелері – Актуальные вопросы казахского языка. – Алматы: Ана тілі, 1998. – 304 б.
- 222 Сыздық Р. Сөз құдіреті. – Алматы: Санат, 1997. – 224 б.
- 223 Засорина Л.Н. (ред.). Частотный словарь русского языка. М.: Русский язык, 1977. – 931 с.
- 224 Пиязбаева А.Б., Фазылжанова А.М. Экономикалық сана трансформациясының тілдегі репрезентациясы // ҚазҰУ Хабаршысы. Филология сериясы, №3 (191), 2023. – Б. 44-55.
- 225 Жалпы білім берудегі қазақ тілінің жиілік сөздігі. // Жалпы редак. басқарғандар: Қажыбек Е.З., Фазылжанова А.М. – Алматы: Дәуір, 2016. – 1472 б.
- 226 Lakoff G., Johnson M. Metaphors we live by. Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 38 p.
- 227 Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд., испр. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 911 с.
- 228 Bourdieu P. The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education New York: Greenwood, 1986. – P. 241-258.
- 229 Fillmore Charles J. “Frame semantics” Linguistics in the Morning Calm: Selected Papers from SICOL-1982. – P.111-137.
- 230 Бурнашева Р.З. История денежного обращения средневековой Средней Азии (медные монеты XV первой ... древнего Казахстана. В кн.: История КазССР, т. II, 1979. – 98 с.
- 231 Петров П.Н., Камышев А.М. Алмату – монетный двор государства Чагатаидов // Известия МОН РК–НАН РК. Серия общественных наук. – 2005. – №1. – С.161-164.
- 232 Настич В.Н. Монетные дворы средневекового Казахстана. Памятники истории и истории культуры Казахстана. –1989. -№ 4. – 67 б.
- 233 Монеты джучидов, джагатаидов, джелаиридов и другие, обращавшиеся в Золотой орде в эпоху Тохтамыша. Вып. 1 / П. С. Савельев. – СПб., 1857. – 391 с.
- 234 Бурнашева Р.З. Монеты раннего средневековья с От- рарского оазиса. / В сб.: Древности Казахстана. - Алма-Ата,1975. – 65 с.

ҚОСЫМША А

«Қазақтілді тұтынушының тілдік портреті» сауалнама сұрақтары

Сауалнама сұрақтарын құрастырушылар: ф.ғ.к., қауым., профессор *А.Фазылжанова*, ғылыми қызметкерлер: *А.Пиязбаева, А.Баймырза, А.Серікбаева, Қ.Дүйсен*. Онлайн сауалнаманы басқарған: ғылыми қызметкер: *Қ.Дүйсен*. 08.06.2021 – 13.06.2021 ж.

1. Жынысыңыз:

- А) Ер
- Ә) Әйел

2. Ұлтыңыз:

- А) Қазақ
- Ә) Орыс
- Б) Басқа ұлт

3. Жасыңыз:

- 18-19 жас
- 20-29 жас
- 30-39 жас
- 40-49 жас
- 50-59 жас
- 60 жас және одан үлкен

4. Кәсіби-әлеуметтік статусыңыз:

- Студент, оқушы
- Мемлекеттік қызметші
- Бюджеттік ұйым қызметкері
- Жеке кәсіпорын, ұйым қызметкері
- Қоғамдық ұйым (үкіметтік емес ұйым) қызметкері
- Кәсіпкер
- Өз бетімен жұмыс істеуші адам
- Ұй шаруасындағы әйел
- Зейнеткер
- Жұмыссыз, оның ішінде уақытша жұмыссыз
- Әскери адам
- Басқа

5. Біліміңіз:

- Орта
- Арнаулы орта
- Жоғары

6. Өзіңізге лайық тұжырымды белгілеңіз:

- А) Мен жергілікті қала тұрғынымын, қалада тудым және өстім
- Ә) Мен ауылдан қалаға 5-10 жыл бұрын көшіп келдім
- Б) Мен ауылдан қалаға 5-3 жыл бұрын көшіп келдім
- В) Мен ауылдан қалаға 1 жыл бұрын көшіп келдім
- Д) Басқа қаладан көшіп келдім
- Г) Қазақстанға басқа мемлекеттен көшіп келдім

7. Өзіңіздің сатып алушылық қабілетіңізге қандай сипаттама берер едіңіз?

- А) Ақша бәріне де жетеді, оны жұмсауда шек қоймаймын (автокөлік, пәтер, жер телімі, әлем шипажайларында дем алу және т.б.)

Ә) Ұзақ уақыт пайдаланатын тауарларды (тоңазытқыш, теледидар, кіржуғыш мәшине, музыкалық орталық, жиһаз және т.б.) сатып алу қиындық тудырмайды, алайда одан ірі тауарларды алуды кейінге қалдыруға келеді

- Б) Ақша қажетті азық-түлік пен киім алуға, коммуналдық қызметке төлеуге жеткілікті
- В) Ақша тек азық-түлік алуға ғана жетеді
- Г) Ақша тіпті азық-түлік алуға да жетпейді, үнемі қарыз алып өмір сүруге тура келеді
- Д) Жауап беру қиын

8. Сапасы мен құрамы бірдей, тек атауы әртүрлі төменде көрсетілген сүт маркасының қайсысын таңдар едіңіз?

- А) Best-Vita Milk
- Ә) «От фермера»
- Б) «Ақ нәр»

* Бұл сүт маркаларының атауы ойдан шығарылған. Кез келген сәйкестік кездейсоқтық болып табылады.

9. Үйіңіздің жанында ашылған аттары төмендегідей үш бірдей жаңа дүкеннің қайсысына бірінші барар едіңіз?

- А) Great
- Ә) Керемет
- Б) Здорово

10. Тауардың нұсқаулығын алдымен қазақ тілінде оқисыз ба?

- А) иә
- Ә) жоқ

11. 10-сұраққа «иә» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

12. 10-сұраққа «жоқ» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

13. Дүкенде, сауда-саттық немесе қызмет көрсету орындарында қызметті қай тілде алғанды қалайсыз?

- А) қазақ тілінде
- Ә) орыс тілінде
- Б) басқа тілде

14. Дүкенде, сауда-саттық немесе қызмет көрсету орындарында өзіңізге қазақ тілінде қызмет көрсетуді талап етесіз бе?

- А) ия
- Ә) жоқ

15. 14-сұраққа «иә» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

16. 14-сұраққа «жоқ» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

17. Сауда немесе қызмет көрсету орындарына барғанда сөзді өзіңіз бастайтын болсаңыз, қай тілді қолданасыз?

- А) қазақ тілін
- Ә) орыс тілін
- Б) басқа тілді

18. Қазақ тілінің бизнес, кәсіпкерлік, сауда-саттық тіліне айналу әлеуеті бар деп ойлайсыз ба?

- А) иә
- Ә) жоқ
- Б) жауап беру қиын

19. 18-сұраққа «иә» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

20. 18-сұраққа «жоқ» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

21. Төменде көрсетілген салалардағы қазақ тілінің қолданыс көлеміне 1-10 дейінгі шкала бойынша баға беріңіз (қолданысы кең – 10, қолданысы тар - 1)

Кесте А.1 - 21 Төменде көрсетілген салалардағы қазақ тілінде қызмет көрсету сапасына 1-10 дейінгі шкала бойынша баға беріңіз (қолданыс сапасы жоғары– 10, қолданыс сапасы төмен – 1)

Қызмет түрлері	Ең жоғары балл-10 Ең төмен балл -1
Базарда	
Шағын дүкенде	
Ойын-сауық орталықтарында	
Супермаркетте	
Сән салондарында	
Тіс емдеу орталықтарында	
Дәмханаларда	
Мейрамханаларда	
Шаштаразда	
Спорт орталықтарында	
Автокөлік жөндеу орталықтарында	
Көлік жуу орындарында	
Заңнамалық қызмет көрсету орталықтарында	
Туристік қызметтер көрсету орталықтарында	
Білім жетілдірудің ақылы орталықтарында	

Кесте А.2 - 22. Төменде көрсетілген салалардағы қазақ тілінің қолданыс сапасына 1-10 дейінгі шкала бойынша баға беріңіз (қолданыс сапасы жоғары– 10, қолданыс сапасы төмен - 1)

	Ең жоғары балл-10 Ең төмен балл -1
Базарда	
Шағын дүкенде	
Ойын-сауық орталықтарында	
Супермаркетте	
Сән салондарында	
Тіс емдеу орталықтарында	
Дәмханаларда	
Мейрамханаларда	
Шаштаразда	
Спорт орталықтарында	
Автокөлік жөндеу орталықтарында	
Көлік жуу орындарында	
Заңнамалық қызмет көрсету орталықтарында	
Туристік қызметтер көрсету орталықтарында	
Білім жетілдірудің ақылы орталықтарында	

23. Қазақ тілін пайдалану арқылы бизнес жүргізу, сауда жасау қиын деп ойлайсыз ба?

А) иә

Ә) жоқ

Б) жауап беру қиын

24. 23-сұраққа «иә» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

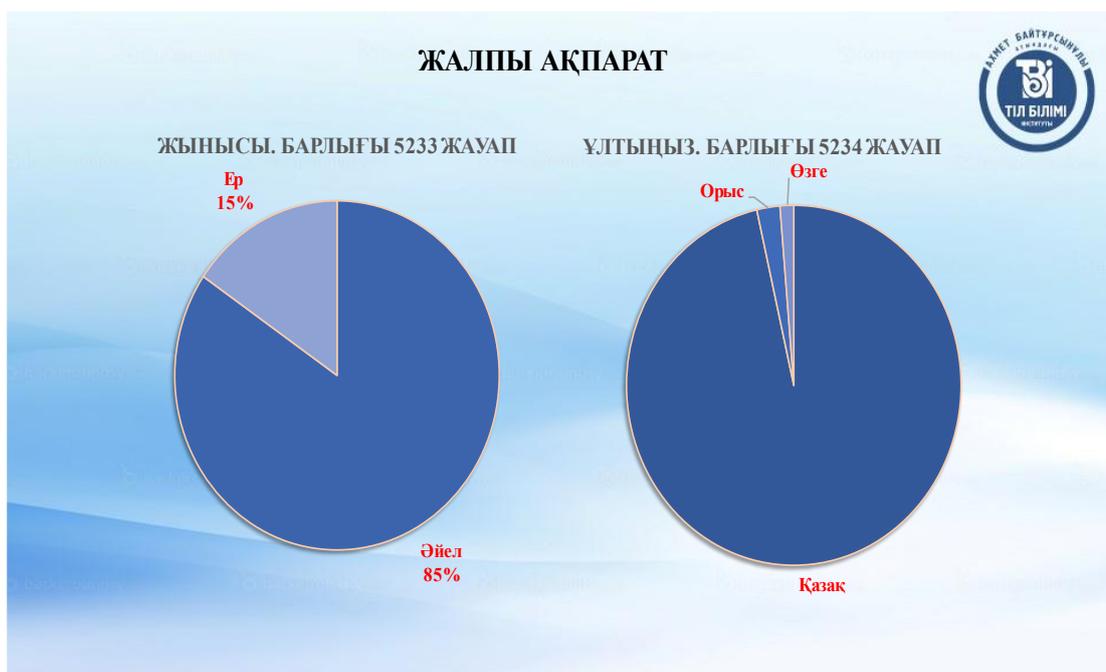
25. 23-сұраққа «жоқ» деп жауап берсеңіз, себебін жазыңыз

26. Ақпаратты мемлекеттік тілде тұтыну құқығыңызды қорғау мақсатында қандай әрекеттерге дайынсыз?

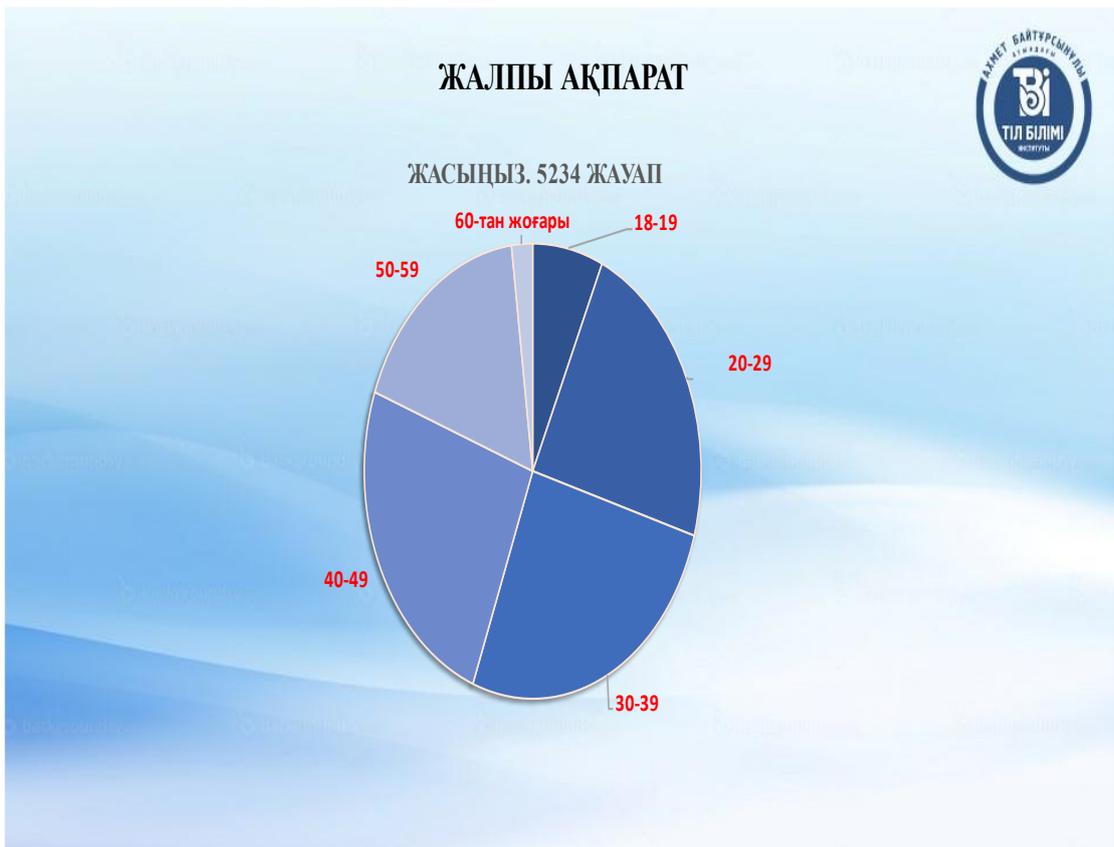
- А) Талаптар орындалмағанша ресми хаттар жазамын
- Ә) Әлеуметтік желілерде петиция, басқа материалдарды таратамын
- Б) Митингілер, қарсылық шараларына қатысамын
- В) Айтылғандардың ешқайсысына қатыспаймын
- Г) Жауап беру қиын



Сурет А.1 – Қазақтілді тұтынушы портреті. Сауалнама



Сурет А.2 – Гендерлік қатынасы бойынша жалпы ақпарат



Сурет А.3 – Респонденттердің жасы



Сурет А.4 – Респонденттердің кәсіби-әлеуметтік статусы



Сурет А.5 – Білімі



Сурет А.6 – Миграциялық көрсеткіш



Сурет А.7 – Қаржылық мүмкіндіктері



Сурет А.8 – Сүт маркасын таңдау бойынша кездейсоқ таңдау көрсеткіші



Сурет А.9 – Аттары төмендегідей үш бірдей жаңа дүкенді кездейсоқ таңдау көрсеткіші



Сурет А.10 – Тауардың нұсқаулығын алдымен қазақ тілінде оқисыз ба?



Сурет А.11 – Дүкенде, сауда-саттық немесе қызмет көрсету орындарында қызметті қай тілде алғанды қалайсыз?



Сурет А.12 – Дүкенде, сауда-саттық немесе қызмет көрсету орындарында өзіңізге қазақ тілінде қызмет көрсетуді талап етесіз бе?



Сурет А.13 – Сауда немесе қызмет көрсету орындарына барғанда сөзді өзіңіз бастайтын болсаңыз, қай тілді қолданасыз?



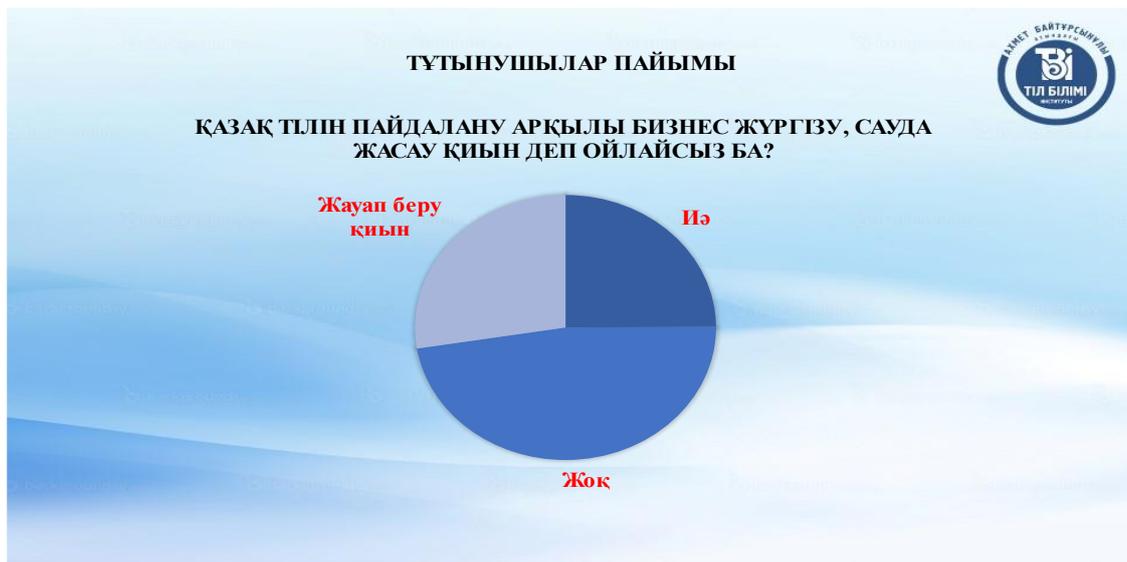
Сурет А.14 – Қазақ тілінің бизнес, кәсіпкерлік, сауда-сатық тіліне айналу әлеуеті бар деп ойлайсыз ба?



Сурет А.15 – Төменде көрсетілген салалардағы қазақ тілінің қолданыс көлеміне 1-10 дейінгі шкала бойынша баға беріңіз (қолданысы кең – 10, қолданысы тар - 1)



Сурет А.16 – Төменде көрсетілген салалардағы қазақ тілінде қызмет көрсету сапасына 1-10 дейінгі шкала бойынша баға беріңіз (қолданыс сапасы жоғары– 10, қолданыс сапасы төмен – 1)



Сурет А.17 – Қазақ тілін пайдалану арқылы бизнес жүргізу, сауда жасау қиын деп ойлайсыз ба?



Сурет А.18 – Ақпаратты мемлекеттік тілде тұтыну құқығыңызды қорғау мақсатында қандай әрекеттерге дайынсыз?

ҚОСЫМША Ә

Сауалнама сұрақтарын құрастырушылар

Ф.ғ.к., қауым., профессор А.Фазылжанова, ғылыми қызметкерлер:
А.Пиязбаева, А.Баймырза, А.Серікбаева, Қ.Дүйсен. Сауалнаманы жүргізген:
ғылыми қызметкер А.Баймырза. 2021 жыл



«Қазақтілді кәсіпкер портреті»

Әлеуметтік-лингвистикалық сұхбат

Қазақ тілін өз бизнесінің құралы ретінде таңдауының себептері



азаматтық
борышы санайды



түсінісуге жеңіл



сұраныстың
артуы

Бизнес жүргізудегі тілге қатысты қиындықтар



қазақ тілінде
қызмет
көрсетуден
бастартушылық



қазақ тілі таңдалса
да, операторлар
орысша жауап
береді



мемлекеттік
мекеме сайттары
орыс тілінде

Бизнес жүргізудегі тілге қатысты қиындықтар



құжаттар тілі
реттелмеген



қазақтілді экономикалық
терминологияның кенжелігі



орыстілді
ақпаратқа сенімнің
жоғарылығы

Қиындықтарды шешудің жолдары



билік тарапынан
қолдау, қадағалау
шаралары



ғалымдар тарапынан
ақпараттық-танымдық
шаралар,
терминологиямен
жұмыс



кәсіпкерлер мен
ғалымдар бірлесе
жұмыс жасау

Қазақ тілінде бизнес жүргізудің артықшылықтары



халыққа жақын
болу



түсінісуге жеңіл



сұраныстың артуы

Қазақ тілінің бизнесіңізді болашақта дамыту
әлеуеті бар ма?



100% - БАР

ҚОСЫМША Б

Жиілік сөздік. Экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігі бойынша тізбегі

Кесте Б.1 – Жиілігі жоғары сөздер тізбегі

Сөз	Қайталану жиілігі	Жиілік %	%	Бір топ сөздің мәтінді қамту пайызы
1	2	3	4	5
компания/зт	1184	0,00712	100,00%	14,84846479
жұмыс/зт	999	0,00601	100,00%	24,74744132
нарық/зт	667	0,00401	100,00%	39,59590611
бизнес/зт	612	0,00368	100,00%	44,54539438
теңге/зт	584	0,00351	100,00%	47,84505322
жоба/зт	509	0,00306	100,00%	59,39385917
қызмет/зт	455	0,00274	100,00%	72,59249454
банк/зт	418	0,00252	100,00%	87,44095933
уақыт/зт	394	0,00237	100,00%	92,3904476
жаңа/сн	392	0,00236	100,00%	94,04027702
доллар/зт	377	0,00227	100,00%	100,6395947
жоғары/үс	370	0,00223	100,00%	103,9392535
баға/зт	365	0,00220	100,00%	107,2389124
көрсеткіш/зт	312	0,00188	100,00%	135,2860126
табыс/зт	310	0,00187	100,00%	136,935842
қаржы/зт	299	0,00180	100,00%	146,8348185
өнім/зт	295	0,00177	100,00%	150,1344773
сарапшы/зт	269	0,00162	100,00%	164,9829421
көлем/зт	263	0,00158	100,00%	169,9324304
экономика/зт	258	0,00155	100,00%	174,8819187
сауда/зт	258	0,00155	100,00%	176,5317481
қазіргі/сн	238	0,00143	100,00%	212,8279954
халықаралық/сн	236	0,00142	100,00%	216,1276542
үлес/зт	234	0,00141	100,00%	217,7774836
бағдарлама/зт	234	0,00141	100,00%	219,427313
зейнетақы/зт	225	0,00135	100,00%	226,0266307
төлем/зт	223	0,00134	100,00%	227,6764601
нәтиже/зт	207	0,00125	100,00%	254,0737309
жалпы/сн	206	0,00124	100,00%	255,7235603
кәсіпкер/зт	200	0,00120	100,00%	262,322878
ақша/зт	184	0,00111	100,00%	287,0703193
жеке/сн	183	0,00110	100,00%	290,3699782
сақтандыр/ет	181	0,00109	100,00%	293,669637
инвестиция/зт	181	0,00109	100,00%	295,3194664
тауар/зт	177	0,00106	100,00%	303,5686135
сұраныс/зт	172	0,00103	100,00%	316,7672489

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
шешім/зт	164	0,00099	100,00%	325,016396
технология/зт	163	0,00098	100,00%	328,3160548
еңбек/зт	163	0,00098	100,00%	331,6157137
бірге/үс	162	0,00097	100,00%	333,2655431
пайдалан/ет	161	0,00097	100,00%	334,9153725
маңызды/шл	161	0,00097	100,00%	336,565202
кезең/зт	160	0,00096	100,00%	338,2150314
қызметкер/зт	158	0,00095	100,00%	343,1645196
пайда/зт	157	0,00094	100,00%	344,8143491
талап/зт	156	0,00094	100,00%	346,4641785
құн/зт	153	0,00092	100,00%	356,363155
жоспар/зт	151	0,00091	100,00%	362,9624727
инвестициялық/сн	150	0,00090	100,00%	367,911961
тәжірибе/зт	149	0,00090	100,00%	371,2116198
инвестор/зт	143	0,00086	100,00%	386,0600846
экономикалық/сн	139	0,00084	100,00%	397,6088905
ұйым/зт	137	0,00082	100,00%	407,5078671
тапсырыс/зт	137	0,00082	100,00%	410,8075259
шығын/зт	136	0,00082	100,00%	419,056673
қаражат/зт	135	0,00081	100,00%	430,605479
клиент/зт	135	0,00081	100,00%	433,9051378
ауқым/зт	129	0,00078	100,00%	455,3529203
тиімді/сн	128	0,00077	100,00%	457,0027497
өндіріс/зт	124	0,00075	100,00%	471,8512145
болжам/зт	123	0,00074	100,00%	478,4505322
акция/зт	120	0,00072	100,00%	488,3495087
капитал/зт	118	0,00071	100,00%	491,6491676
жинақ/зт	117	0,00070	100,00%	499,8983147
мөлшерлеме/зт	114	0,00069	100,00%	506,4976324
сома/зт	112	0,00067	100,00%	519,6962677
келісім/зт	111	0,00067	100,00%	527,9454148
ықпал/зт	110	0,00066	100,00%	532,8949031
төмен/үс	110	0,00066	100,00%	534,5447325
сектор/зт	109	0,00066	100,00%	539,4942208
төле/ет	107	0,00064	100,00%	544,443709
өсім/зт	105	0,00063	100,00%	551,0430267
активтер/зт	105	0,00063	100,00%	559,2921738
жылдық/сн	104	0,00063	100,00%	560,9420033
серіктес/зт	103	0,00062	100,00%	565,8914915
рейтинг/зт	103	0,00062	100,00%	569,1911504
дағдарыс/зт	103	0,00062	100,00%	570,8409798
сапа/зт	101	0,00061	100,00%	577,4402975
бизнесмен/зт	100	0,00060	100,00%	585,6894446

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
жергілікті/сн	99	0,00060	100,00%	590,6389328
экспорт/зт	98	0,00059	100,00%	592,2887623
биржа/зт	98	0,00059	100,00%	597,2382505
өндірі/ет	97	0,00058	100,00%	600,5379094
орташа/сн	97	0,00058	100,00%	602,1877388
несие/зт	96	0,00058	100,00%	613,7365447
кір/ет	96	0,00058	100,00%	615,3863742
салымшы/зт	95	0,00057	100,00%	621,9856919
шаруашылық/зт	91	0,00055	100,00%	633,5344978
өзгеріс/зт	89	0,00054	100,00%	641,7836449
шағын/сн	87	0,00052	100,00%	648,3829626
тұрақты/сн	86	0,00052	100,00%	654,9822803
қайырымдылық/зт	86	0,00052	100,00%	656,6321097
кәсіби/сн	86	0,00052	100,00%	658,2819391
кәсіпорын/зт	85	0,00051	100,00%	668,1809156
бағала/ет	84	0,00051	100,00%	674,7802333
тұтынушы/зт	83	0,00050	100,00%	681,379551
кіріс/зт	82	0,00049	100,00%	694,5781864
валюта/зт	82	0,00049	100,00%	699,5276747
саясат/зт	81	0,00049	100,00%	701,1775041
қарыз/зт	81	0,00049	100,00%	704,4771629
зауыт/зт	81	0,00049	100,00%	707,7768218
қаржылық/сн	80	0,00048	100,00%	716,0259689
қауымдастық/зт	80	0,00048	100,00%	717,6757983
күш/зт	79	0,00048	100,00%	720,9754571
бренд/зт	79	0,00048	100,00%	725,9249454
жоспарла/ет	77	0,00046	100,00%	730,8744337
бағам/зт	77	0,00046	100,00%	735,8239219
аудар/ет	77	0,00046	100,00%	737,4737513
түсір/ет	76	0,00046	100,00%	739,1235808
сенім/зт	75	0,00045	100,00%	744,073069
пайыз/зт	75	0,00045	100,00%	745,7228985
жаһандық/сн	75	0,00045	100,00%	753,9720456
инфляция/зт	74	0,00045	100,00%	763,8710221
процесс/зт	71	0,00043	100,00%	796,8676105
кәсіп/зт	70	0,00042	100,00%	810,0662459
реформа/зт	68	0,00041	100,00%	839,7631755
кепілдік/зт	68	0,00041	100,00%	848,0123226
дүкен/зт	68	0,00041	100,00%	849,662152
құжат/зт	67	0,00040	100,00%	852,9618108
команда/зт	67	0,00040	100,00%	854,6116403
агенттік/зт	67	0,00040	100,00%	861,2109579

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
ұйымдастыр/ет	66	0,00040	100,00%	862,8607874
тәуекел/зт	65	0,00039	100,00%	874,4095933
қарқын/зт	65	0,00039	100,00%	877,7092522
баррель/зт	65	0,00039	100,00%	884,3085698
қадам/зт	64	0,00039	100,00%	889,2580581
шарт/зт	63	0,00038	100,00%	894,2075464
сыйақы/зт	63	0,00038	100,00%	899,1570346
салық/зт	63	0,00038	100,00%	900,8068641
материал/зт	62	0,00037	100,00%	912,35567
курс/зт	62	0,00037	100,00%	915,6553289
бюджет/зт	62	0,00037	100,00%	922,2546465
жина/ет	61	0,00037	100,00%	935,4532819
депозит/зт	61	0,00037	100,00%	942,0525996
ағымдағы/сн	61	0,00037	100,00%	943,702429
фактор/зт	60	0,00036	100,00%	947,0020879
серіктестік/зт	60	0,00036	100,00%	948,6519173
мамандық/зт	60	0,00036	100,00%	953,6014055
көтер/ет	60	0,00036	100,00%	955,251235
интернет/зт	60	0,00036	100,00%	956,9010644
жоспарлан/ет	60	0,00036	100,00%	958,5508938
ғылым/зт	60	0,00036	100,00%	960,2007232
бәсеке/зт	60	0,00036	100,00%	961,8505527
сауалнама/зт	59	0,00035	100,00%	963,5003821
корпорация/зт	59	0,00035	100,00%	965,1502115
мал/зт	57	0,00034	100,00%	988,2478234
өндіруші/зт	56	0,00034	100,00%	998,1467999
миллион/са	56	0,00034	100,00%	1001,446459
айналым/зт	55	0,00033	100,00%	1009,695606
қатынас/зт	54	0,00032	100,00%	1019,594582
меншік/зт	53	0,00032	100,00%	1032,793218
бастапқы/сн	53	0,00032	100,00%	1044,342024
баспана/зт	53	0,00032	100,00%	1045,991853
импорт/зт	52	0,00031	100,00%	1052,591171
бастама/зт	52	0,00031	100,00%	1054,241
платформа/зт	51	0,00031	100,00%	1059,190489
портфель/зт	51	0,00031	100,00%	1060,840318
құрылтайшы/зт	51	0,00031	100,00%	1069,089465
қосымша/үс	50	0,00030	100,00%	1085,587759
шығыс/зт	48	0,00029	100,00%	1107,035542
шикізат/зт	48	0,00029	100,00%	1108,685371
бұйым/зт	48	0,00029	100,00%	1123,533836
белсенділік/зт	47	0,00028	100,00%	1141,68196
біржолғы/сн	47	0,00028	100,00%	1143,331789

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
алтын/зт	47	0,00028	100,00%	1146,631448
шебер/зт	46	0,00028	100,00%	1148,281277
сыртқы/сн	46	0,00028	100,00%	1151,580936
стандарт/зт	46	0,00028	100,00%	1153,230766
қиындық/зт	46	0,00028	100,00%	1154,880595
қағаз/зт	46	0,00028	100,00%	1156,530424
кіріс/ет	46	0,00028	100,00%	1158,180254
жалақы/зт	46	0,00028	100,00%	1161,479913
статистика/зт	45	0,00027	100,00%	1179,628036
қауіпсіздік/зт	44	0,00026	100,00%	1207,675136
кредит/зт	44	0,00026	100,00%	1210,974795
индустрия/зт	44	0,00026	100,00%	1212,624625
базалық/сн	44	0,00026	100,00%	1215,924284
кәсіпкерлік/зт	43	0,00026	100,00%	1232,422578
акционер/зт	43	0,00026	100,00%	1240,671725
холдинг/зт	42	0,00025	100,00%	1242,321554
ықтимал/үс	42	0,00025	100,00%	1243,971384
байлық/зт	42	0,00025	100,00%	1270,368654
жетістік/зт	40	0,00024	100,00%	1323,163196
тренд/зт	39	0,00023	100,00%	1331,412343
қаржыландыр/ет	39	0,00023	100,00%	1336,361831
қымбат/сн	39	0,00023	100,00%	1338,011661
күрес/зт	39	0,00023	100,00%	1339,66149
кірістілік/зт	39	0,00023	100,00%	1341,31132
қабілет/зт	39	0,00023	100,00%	1342,961149
инфрақұрылым/зт	38	0,00023	100,00%	1364,408931
проблема/зт	37	0,00022	100,00%	1375,957737
санкция/зт	37	0,00022	100,00%	1377,607567
салмақ/зт	37	0,00022	100,00%	1379,257396
күрт/үс	37	0,00022	100,00%	1380,907226
түсім/зт	36	0,00022	100,00%	1400,705179
стратегия/зт	35	0,00021	100,00%	1427,102449
ресурс/зт	35	0,00021	100,00%	1430,402108
зардап/зт	35	0,00021	100,00%	1432,051938
индекс/зт	35	0,00021	100,00%	1435,351597
тиімділік/зт	34	0,00020	100,00%	1443,600744
инвестицияла/ет	34	0,00020	100,00%	1461,748867
грант/зт	34	0,00020	100,00%	1466,698356
ақы/зт	34	0,00020	100,00%	1471,647844
өнеркәсіп/зт	33	0,00020	100,00%	1486,496309
баланс/зт	33	0,00020	100,00%	1504,644432
база/зт	33	0,00020	100,00%	1506,294262
ереже/зт	32	0,00019	100,00%	1547,539997

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
менеджер/зт	31	0,00019	100,00%	1575,587097
үнемде/ет	30	0,00018	100,00%	1603,634198
тоқта/ет	30	0,00018	100,00%	1605,284027
тұтын/ет	30	0,00018	100,00%	1606,933856
миллиардер/зт	30	0,00018	100,00%	1613,533174
цифрландыру/зт	29	0,00017	100,00%	1641,580274
экономист/зт	28	0,00017	100,00%	1676,226692
пайыздық/зт	28	0,00017	100,00%	1691,075157
жарна/зт	28	0,00017	100,00%	1712,522939
ғалым/зт	28	0,00017	100,00%	1714,172769
біліктілік/зт	28	0,00017	100,00%	1715,822598
серпін/зт	27	0,00016	100,00%	1727,371404
облигация/зт	27	0,00016	100,00%	1729,021234
менеджмент/зт	27	0,00016	100,00%	1730,671063
инновация/зт	27	0,00016	100,00%	1738,92021
инновациялық/сн	26	0,00016	100,00%	1780,165946
бәсекелестік/зт	26	0,00016	100,00%	1795,01441
техника/зт	25	0,00015	100,00%	1804,913387
операция/зт	25	0,00015	100,00%	1821,411681
қолжетімді/сн	25	0,00015	100,00%	1823,061511
коммерциялық/сн	25	0,00015	100,00%	1824,71134
заманауи/сн	25	0,00015	100,00%	1828,010999
ипотекалық/сн	25	0,00015	100,00%	1829,660828
келісімшарт/зт	25	0,00015	100,00%	1831,310658
жинақта/ет	25	0,00015	100,00%	1832,960487
стартап/зт	24	0,00014	100,00%	1865,957076
стратегиялық/сн	24	0,00014	100,00%	1867,606905
өлшем/зт	24	0,00014	100,00%	1869,256734
рубль/зт	24	0,00014	100,00%	1870,906564
пайдалы/сн	24	0,00014	100,00%	1872,556393
келіссөз/зт	24	0,00014	100,00%	1877,505882
жемқорлық/зт	24	0,00014	100,00%	1882,45537
салым/зт	23	0,00014	100,00%	1913,802129
резерв/зт	23	0,00014	100,00%	1915,451958
нарықтық/сн	23	0,00014	100,00%	1920,401446
логистика/зт	23	0,00014	100,00%	1922,051276
қосалқы/сн	23	0,00014	100,00%	1923,701105
бәсекелес/сн	23	0,00014	100,00%	1955,047864
лицензия/зт	22	0,00013	100,00%	1978,145476
аударым/зт	22	0,00013	100,00%	2009,492235
сауда-саттық/зт	21	0,00013	100,00%	2030,940018
қаржылай/үс	21	0,00013	100,00%	2047,438312
қаржыгер/зт	21	0,00013	100,00%	2054,03763

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
кредитор/зт	21	0,00013	100,00%	2062,286777
маркетинг/зт	20	0,00012	100,00%	2103,532512
форум/зт	19	0,00011	100,00%	2138,17893
құндылық/зт	19	0,00011	100,00%	2159,626713
сана/зт	18	0,00011	100,00%	2202,522278
принцип/зт	18	0,00011	100,00%	2204,172107
сатушы/зт	17	0,00010	100,00%	2283,363919
сатылым/зт	17	0,00010	100,00%	2286,663578
квазимемлекеттік/сн	17	0,00010	100,00%	2303,161872
банктік/сн	17	0,00010	100,00%	2329,559143
борышкер/сн	17	0,00010	100,00%	2331,208972
коммерция/зт	16	0,00010	100,00%	2377,404196
кредиттік/сн	16	0,00010	100,00%	2384,003514
консалтинг/зт	16	0,00010	100,00%	2385,653343
ипотека/зт	16	0,00010	100,00%	2393,90249
рубль/зт	15	0,00009	100,00%	2451,64652
микроқаржы/зт	15	0,00009	100,00%	2453,29635
валюталық/сн	15	0,00009	100,00%	2504,441062
тенденция/зт	14	0,00008	100,00%	2530,838332
биржалық/сн	14	0,00008	100,00%	2621,578951
миллиард/са	13	0,00008	100,00%	2677,673151
онтайландыру/зт	13	0,00008	100,00%	2679,32298
мажоритарлық/сн	13	0,00008	100,00%	2684,272469
қомақты/сн	13	0,00008	100,00%	2689,221957
көтерме/сн	12	0,00007	100,00%	2808,009675
криптовалюта/зт	12	0,00007	100,00%	2811,309334
кешенді/сн	12	0,00007	100,00%	2812,959163
экотуризм/зт	11	0,00007	100,00%	2877,302511
экожүйе/зт	11	0,00007	100,00%	2880,60217
триллион/зт	11	0,00007	100,00%	2883,901829
стриминг/зт	11	0,00007	100,00%	2898,750293
рекордтық/сн	11	0,00007	100,00%	2903,699782
өтімділік/зт	11	0,00007	100,00%	2905,349611
пайдаланушы/зт	11	0,00007	100,00%	2906,99944
өнімділік/зт	11	0,00007	100,00%	2913,598758
монетарлық/сн	11	0,00007	100,00%	2921,847905
несиелендір/ет	11	0,00007	100,00%	2930,097052
материалдық/сн	11	0,00007	100,00%	2943,295688
жинақтаушы/зт	11	0,00007	100,00%	2977,942106
декларация/зт	11	0,00007	100,00%	3005,989206
венчурлық/сн	11	0,00007	100,00%	3007,639035
бизнес-мектеп/зт	11	0,00007	100,00%	3032,386476
консорциум/зт	9	0,00005	100,00%	3337,604919

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
капитализация/зт	9	0,00005	100,00%	3347,503896
дистрибьютор/зт	9	0,00005	100,00%	3373,901167
бизнес-жоспар/зт	7	0,00004	100,00%	3946,391976
бонус/зт	7	0,00004	100,00%	3949,691635
трансұлттық/сн	6	0,00004	100,00%	4025,583788
трансформация/зт	6	0,00004	100,00%	4033,832935
транзакция/зт	6	0,00004	100,00%	4037,132594
үйлес/сн	6	0,00004	100,00%	4038,782423
салықтық/зт	6	0,00004	100,00%	4089,927136
коллаборация/зт	6	0,00004	100,00%	4195,516219
квота/зт	6	0,00004	100,00%	4230,162636
еуроодақ/зт	6	0,00004	100,00%	4271,408372
элеуметтік- экономикалық/сн	6	0,00004	100,00%	4296,155813
еңбекақы/зт	6	0,00004	100,00%	4301,105301
экспорттық/сн	5	0,00003	100,00%	4388,546261
франшиза/зт	5	0,00003	100,00%	4390,19609
экспорттаушы/зт	5	0,00003	100,00%	4401,744896
цифрлы/сн	5	0,00003	100,00%	4418,24319
микроқаржылай/зт	5	0,00003	100,00%	4571,677327
онлайн-сақтандыру/зт	5	0,00003	100,00%	4578,276644
масштаб/зт	5	0,00003	100,00%	4604,673915
қарыздар/сн	5	0,00003	100,00%	4606,323744
онлайн-дүкен/зт	4	0,00002	100,00%	5091,373594
микро/сн	4	0,00002	100,00%	5093,023424
миллионер/зт	4	0,00002	100,00%	5101,272571
опцион/зт	4	0,00002	100,00%	5102,9224
мүліктік/сн	4	0,00002	100,00%	5106,222059
мораторий/зт	4	0,00002	100,00%	5119,420694
маркетингтік/сн	4	0,00002	100,00%	5147,467795
ломбард/зт	4	0,00002	100,00%	5157,366771
қаржыландырыл/ет	4	0,00002	100,00%	5170,565407
қайтарым/зт	4	0,00002	100,00%	5229,959266
консалтингтік/сн	4	0,00002	100,00%	5238,208413
коронадағдарыс/зт	4	0,00002	100,00%	5239,858242
кредитте/ет	4	0,00002	100,00%	5243,157901
киноарық/зт	4	0,00002	100,00%	5256,356536
импорттық/сн	4	0,00002	100,00%	5269,555172
капитализм/зт	4	0,00002	100,00%	5284,403637
депозитарлық/сн	4	0,00002	100,00%	5386,693061
бенефициар/зт	4	0,00002	100,00%	5457,635726
ақша-несие/зт	4	0,00002	100,00%	5480,733338
агробизнес/зт	4	0,00002	100,00%	5500,531291

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
этно-модернизм/зт	3	0,00002	100,00%	5518,679414
трейдинг/зт	3	0,00002	100,00%	5573,123785
субсидияла/ет	3	0,00002	100,00%	5657,265086
тариф/зт	3	0,00002	100,00%	5706,759968
процент/зт	3	0,00002	100,00%	5748,005704
өтелімділік/зт	3	0,00002	100,00%	5756,254851
праймериз/зт	3	0,00002	100,00%	5757,904681
санкциялық/сн	3	0,00002	100,00%	5762,854169
миллиардтық/сн	3	0,00002	100,00%	5787,60161
монетизация/зт	3	0,00002	100,00%	5807,399563
мажоритарлы/сн	3	0,00002	100,00%	5926,187282
коэффициент/зт	3	0,00002	100,00%	5995,480117
индустриялық/сн	3	0,00002	100,00%	6043,32517
капиталдандыр/ет	3	0,00002	100,00%	6051,574318
интеграция/зт	3	0,00002	100,00%	6056,523806
интервенция/зт	3	0,00002	100,00%	6059,823465
бизнес-климат/зт	3	0,00002	100,00%	6343,594125
бизнес-модель/зт	3	0,00002	100,00%	6345,243955
шикізаттық/сн	2	0,00001	100,00%	6426,085596
селфмейд-миллиардер/зт	2	0,00001	100,00%	6728,00438
салық-бюджет/зт	2	0,00001	100,00%	6884,738175
кинобизнес/зт	2	0,00001	100,00%	7308,744337
коммерцияландыр/ет	2	0,00001	100,00%	7353,289731
инвестициялан/ет	2	0,00001	100,00%	7394,535467
депозиттік/сн	2	0,00001	100,00%	7670,05698
долларлық/сн	2	0,00001	100,00%	7673,356639
диверсификациялан/ет	2	0,00001	100,00%	7675,006468
бизнес-қоғамдастық/зт	2	0,00001	100,00%	7778,945722
бизнес-серіктес/зт	2	0,00001	100,00%	7788,844698
банкинг/зт	2	0,00001	100,00%	7793,794186
брендинг/зт	2	0,00001	100,00%	7798,743675
бизнес-жоспарлау/зт	2	0,00001	100,00%	7802,043334
бизнес-процесс/зт	2	0,00001	100,00%	7892,783952
бизнес-тренер/зт	2	0,00001	100,00%	7894,433781
эконом/зт	1	0,00001	100,00%	8155,10683
шорт-парақ/зт	1	0,00001	100,00%	8156,756659
эко-өмір/зт	1	0,00001	100,00%	8158,406489
шорт-тізім/зт	1	0,00001	100,00%	8160,056318
чек-парақ/зт	1	0,00001	100,00%	8169,955295
транш/зт	1	0,00001	100,00%	8490,022202
трэйдинг/зт	1	0,00001	100,00%	8524,66862
тревел-компания/зт	1	0,00001	100,00%	8526,31845
үстемеақы/зт	1	0,00001	100,00%	8529,618108

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
парақорлық/зт	1	0,00001	100,00%	9291,839301
пәтерақы/зт	1	0,00001	100,00%	9501,367638
сапарсерік/зт	1	0,00001	100,00%	9522,81542
онлайн-жоба/зт	1	0,00001	100,00%	9778,53898
онлайн-империя/зт	1	0,00001	100,00%	9781,838639
онлайн-келісім/зт	1	0,00001	100,00%	9791,737616
онлайн-кредитор/зт	1	0,00001	100,00%	9798,336933
онлайн-курс/зт	1	0,00001	100,00%	9801,636592
онлайн-қызмет/зт	1	0,00001	100,00%	9804,936251
мүлік/зт	1	0,00001	100,00%	9806,586081
онлайн-медиа/зт	1	0,00001	100,00%	9808,23591
миноритарлық/сн	1	0,00001	100,00%	9813,185398
онлайн-несиелендіру/зт	1	0,00001	100,00%	9814,835228
микроұйым/зт	1	0,00001	100,00%	9818,134886
онлайн-өнім/зт	1	0,00001	100,00%	9821,434545
мирас/зт	1	0,00001	100,00%	9823,084375
онлайн-өтем/зт	1	0,00001	100,00%	9824,734204
онлайн-ретей/зт	1	0,00001	100,00%	9834,633181
миллард/са	1	0,00001	100,00%	9837,93284
онлайн-сату/зт	1	0,00001	100,00%	9844,532157
онлайн-сауда/зт	1	0,00001	100,00%	9851,131475
онлайн-табыс/зт	1	0,00001	100,00%	9861,030451
онлайн-трансляция/зт	1	0,00001	100,00%	9864,33011
мердігер/зт	1	0,00001	100,00%	9875,878916
қаржы-технология/зт	1	0,00001	100,00%	10016,11442
макроболжам/зт	1	0,00001	100,00%	10019,41408
кризис/зт	1	0,00001	100,00%	10577,05642
қазына-байлық/зт	1	0,00001	100,00%	10580,35608
крипта/зт	1	0,00001	100,00%	10603,45369
инвестициялық- консалтингтік/сн	1	0,00001	100,00%	10822,881
инвесткомпания/зт	1	0,00001	100,00%	10824,53083
инфо-бизнесмен/зт	1	0,00001	100,00%	10826,18066
бизнес-жоба/зт	1	0,00001	100,00%	11712,13906
бизнес-кейс/зт	1	0,00001	100,00%	11722,03804
бройлерлік/сн	1	0,00001	100,00%	11723,68787
бизнес-класс/зт	1	0,00001	100,00%	11725,3377
бизнес-қауымдастық/зт	1	0,00001	100,00%	11731,93702
бизнесмен-менеджер/зт	1	0,00001	100,00%	11745,13565
бизнес-бастама/зт	1	0,00001	100,00%	11746,78548
бизнес-миссия/зт	1	0,00001	100,00%	11748,43531
бизнес-омбудсмен/зт	1	0,00001	100,00%	11755,03463
блокчейн/зт	1	0,00001	100,00%	11756,68446

Б.1-кестенің жалғасы

1	2	3	4	5
бизнес-орта/зт	1	0,00001	100,00%	11758,33429
бизнес-орталық/зт	1	0,00001	100,00%	11761,63394
бизнес-сегмент/зт	1	0,00001	100,00%	11768,23326
бизнес-стратегия/зт	1	0,00001	100,00%	11774,83258
бизнес-тапсырма/зт	1	0,00001	100,00%	11778,13224
бизнес-тарих/зт	1	0,00001	100,00%	11781,4319
бухгалтер-қаржыгер/зт	1	0,00001	100,00%	11784,73156
аутсорсинг/зт	1	0,00001	100,00%	11812,77866
биоалуантүрлілік/зт	1	0,00001	100,00%	11814,42849
биткойн/зт	1	0,00001	100,00%	11873,82235
бизнес-әсер/зт	1	0,00001	100,00%	11888,67081
бақуаттылық/зт	1	0,00001	100,00%	11891,97047
банкаралық/сн	1	0,00001	100,00%	11920,01757
блокчейн-компания/зт	1	0,00001	100,00%	11921,6674
бета-режим/зт	1	0,00001	100,00%	11938,16569
банкомат/зт	1	0,00001	100,00%	11949,7145
SafeGraph-консультант/зт	1	0,00001	100,00%	12428,16503
алтын-валюта/зт	1	0,00001	100,00%	12454,5623
алтын-мыс/зт	1	0,00001	100,00%	12457,86196
Барлығы:	166199	1,00000		12480,95957