

**А.Б. Пиязбаева\*** , **А.М. Фазылжанова** 

Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институты, Қазақстан, Алматы қ.

\*e-mail: akmaral.piyazbayeva@gmail.com

## **ЭКОНОМИКАЛЫҚ САНА ТРАНСФОРМАЦИЯСЫНЫҢ ТІЛДЕГІ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯСЫ**

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 ықпал етеді. Мәселен, жеті дамыған елде жүргізілген зерттеу нәтижелеріне сүйенсек, ана тілмен қоса шет тілін білу тек кірісті ғана арттырып қоймай, жұмыссыздық қаупін де азайтатыны белгілі болған.

Мақалада жүргізілген зерттеудің мақсаты – қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі ахуалын және ұлттық экономикалық мәдениетті көтерудегі мемлекеттік тілдің әлеуетін анықтау.

Бұған дейінгі ізденістерде экономикалық дискурста тән лексикалық бірліктердің лексикографиялануында қандай өзгерістер, қандай трансформациялар болғанын анықтаған ғылыми еңбектер жоқ. Экономикалық дискурстағы қазақ тілінің мәселесі қазіргі таңда өте өзекті болып отыр. Оның себебі, қоғамдық сананың ішкі ретіндегі экономикалық сана ұлттық тілде дамымайынша, жалпы мемлекеттік тілдің даму үдерістеріне де, қоғамның экономикалық тұрғыдан ілгерілеу процестеріне де көп кедергілерге ұшырайды. Тіл саясатын жүзеге асыруда, тілдерді дамыту бағдарламаларын әзірлеуде мұндай әлеуметтік лингвистикалық және лингвоэкономикалық зерттеулер аса қажет.

Мақалада мемлекеттік тілдің әлеуетін анықтау үшін және ұлттық бизнес таптың әлеуетті ортасындағы мемлекеттік тілдің аясын кеңейту, олардың тілдік мәселелерін шешудің нақты жолдарын ұсыну мақсатында экономикалық терминдердің, экономикалық семантикасы бар сөздердің, ұғымдардың, атаулардың лингвостатистикасы жасалды, БАҚ шеңберінде 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 жартылай құрылымдық сұхбат алынып, қазақтілді тұтынушылар арасында жаппай онлайн сауалнама алынды.

Зерттеудің әлеуетті тұтынушылары – ҚР БҒМ Тіл саясаты комитеті, «Атамекен» ҚР ҰҚП, лингвистер, социолингвистер, лингвоэкономистер, магистранттар мен докторанттар, сонымен қатар саясаткерлер мен журналистер.

**Түйін сөздер:** экономикалық сана, экономикалық сана трансформациясы, репрезентация, лингвистика мен экономика, лингвономика.

A.B. Piyazbaeva\*, A.M. Fazylzhanova

Institute of Linguistics named after Akhmeta Baitursynova, Kazakhstan, Almaty

\*e-mail: akmaral.piyazbayeva@gmail.com

### **Linguistic representation of the transformation of economic consciousness**

The purpose of the research carried out in this article is to reveal the current state of economic consciousness of the Kazakh nation and the potential of the state language in increasing national economic culture.

There are no scientific works determining what changes, what transformations have taken place in lexicography of lexical units, characteristic for economic discourse, in the previous researches. The problem of the Kazakh language in economic discourse is now becoming very relevant. The reason is that economic consciousness as an internal part of social consciousness, without the development of the national language, is subject to great obstacles both to the processes of development of the national language, and to the processes of economic progress of society. Such sociolinguistic and linguo-economic studies are necessary in the implementation of language policy and the design of language development programs.

The article makes an attempt to reveal the potential of the state language and expansion of the sphere of the state language in the potential business environment, the linguostatics of terms, words, notions,

with the purpose, to provide the concrete ways of solution of their language problems, for scientific consideration of questions, got into public discussion in mass media about the role of language and economy, especially the Kazakh language in business. The research included semi-structured interviews with Kazakh-speaking small business owners and a mass online survey of Kazakh-speaking consumers.

Potential consumers of the research are the Language Policy Committee of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan, Atameken, linguists, sociolinguists, linguoeconomists, masters and doctoral students, as well as politicians and journalists.

**Key words:** economic consciousness, transformation of economic consciousness, representation, linguistics and economics, linguoeconomics.

А.Б. Пиязбаева\*, А.М. Фазылжанова

Институт языкознания им. Ахмета Байтурсынова, Казахстан, г. Алматы

\*e-mail: akmaral.piyazbayeva@gmail.com

### Языковая репрезентация трансформации экономического сознания

В развитии социально-экономических сфер страны велика роль языка. Знание языка-основной компонент человеческого капитала. Это потому, что язык или языки могут оказать существенное влияние на экономическое, социальное развитие человека. Кроме того, это влияет на экономические решения. Так, по результатам исследования, проведенного в семи развитых странах, выяснилось, что знание родного и иностранного языка не только увеличивает прибыль, но и снижает риск безработицы.

Цель проведенного в статье исследования-выявить современное состояние экономического сознания казахской нации и потенциал государственного языка в повышении национальной экономической культуры.

В предыдущих изысканиях отсутствуют научные труды, определяющие, какие изменения, какие трансформации произошли в лексикографировании лексических единиц, характерных для экономического дискурса. Проблема казахского языка в экономическом дискурсе в настоящее время становится очень актуальной. Причина в том, что экономическое сознание как внутренняя часть общественного сознания, без развития национального языка, подвержено большим препятствиям как процессам развития общегосударственного языка, так и процессам экономического прогресса общества. Такие социолингвистические и лингвоэкономические исследования необходимы в реализации языковой политики, разработке программ развития языков.

В статье сделана попытка выявления потенциала государственного языка и расширения сферы государственного языка в потенциальной бизнес среде, наглядно показано лингвостатистика терминов, слов, понятий, наименований с экономической семантикой, также было проведено социолингвистическое исследование с целью, предоставления конкретных путей решения их языковых проблем, в целях научного рассмотрения вопросов, попавших в общественное обсуждение в рамках СМИ о роли языка и экономики, особенно казахского языка в бизнесе. В ходе исследования были получены полуструктурированные интервью с казахскоязычными владельцами малого бизнеса и массовый онлайн-опрос казахскоязычных потребителей.

Потенциальными потребителями исследования являются комитет языковой политики МОН РК, НПП РК» Атамекен», лингвисты, социолингвисты, лингвоэкономисты, магистранты и докторанты, а также политики и журналисты.

**Ключевые слова:** экономическое сознание, трансформация экономического сознания, репрезентация, лингвистика и экономика, лингвономика.

### Кіріспе

Лингвистика мен экономиканың байланысын зерттейтін ғылым саласы «экономика тілі» – «*Language economy*» (Gazzola et al., 2016) 1960 жылдан бастап қалыптасты. Оның 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. 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 (Marschak J., 1965: 135). Маршактың зерттеуі сарапшылар қауымдастығының қызығушылығын оятты, әсіресе тіл саясаты қоғамдық шиеленіс тапқан елдерде осындай зерттеулер қолға

алына бастады. Ағылшын ғалымдары Канада негізінде қызықты зерттеу жүргізді. Зерттеуде *екінші тілді білу табыс деңгейіне қаншалықты әсер етеді* деген сұраққа жауап алынды, нәтижесінде ғалымдар Квебекте тұратын, ағылшын тілінде сөйлейтін франкофондар ағылшын тілін білмейтін квебектерге қарағанда көп ақша табатынын анықтады. Француз тілін білу артықшылық бермейтіні де дәлелденді (Белецкий С., электронды ресурс).

Әлем деңгейіндегі мұндай зерттеулер кейінгі онжылдықта да өз жалғасын тапты. Мәселен, экономист-ғалым M Keith Chen доминантты тілдер экономикалық шешімдерге ықпал ету арқылы өзінің позициясын одан әрі күшейте түсетінін анықтады (M Keith Chen, 2013). Ол өз зерттеуінде тілдің беделі көтерілген сайын, тілді қолданушылардың саны артатын тенденцияны байқаған. Тілдік қауымдастықтың әл-ауқаты өскен сайын, сол қоғамдағы доминант тілдің де маңызы артады. Бұл экономиканың дамуына, ал дамыған экономика тілдің тұғырын (позициясын) нығайтуға ықпал етеді деген тұжырымға келеді. Ғылымда бұл үдеріс *«feedback mechanisms»* (механизмы обратной связи) деген атаумен танылды. Ал Грин болса тіл иелмені өз тілін өзі таңдайды деген тұжырымға келеді (Grin F., 2016: 618). Ол өз зерттеуінде миноритарлық тілдерді сақтауға ықпал ететін факторларды және оларды мемлекеттік тіл саясатының көмегімен ынталандыру жолдарын қарастырды, бертін келе лингвоэкономика ғылымда пайда болған Джон және Йи моделі де (John, Andrew.) Гриннің идеясына негізделді. Олардың 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. Бұл механизм ғылымда *«Network externalities»* (внешние сетевые эффекты) деген атаумен белгілі.

Еуропалық еңбек нарығын зерттеумен айналысқан Гинсбург пен Прието (Victor A. Ginsburgh, Juan, Prieto-Rodriguez, 2011: 610) деген ғалымдар: кейбір елдерде өз тіліне қосымша шет тілін білгені үшін айлық ақыларына қосымша үстеме ақы қосылатынын анықтаған. Олар мұндай елдердің қатарына Австрия, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Италия, Португалия және Испания елдерін жатқызады. Американдық ғалым Barry Chiswick пен канадалық ғалым Paul Miller өздерінің «The

Economics of Language, International Analyses» жинағында тіл мен экономиканың интеграциясына қатысты мәселелерге арналған ең мықты мақалаларын жинақтаған. Жалпы алғанда мұндай зерттеулер тіл мәселелерін зерттеушілер үшін құнды.

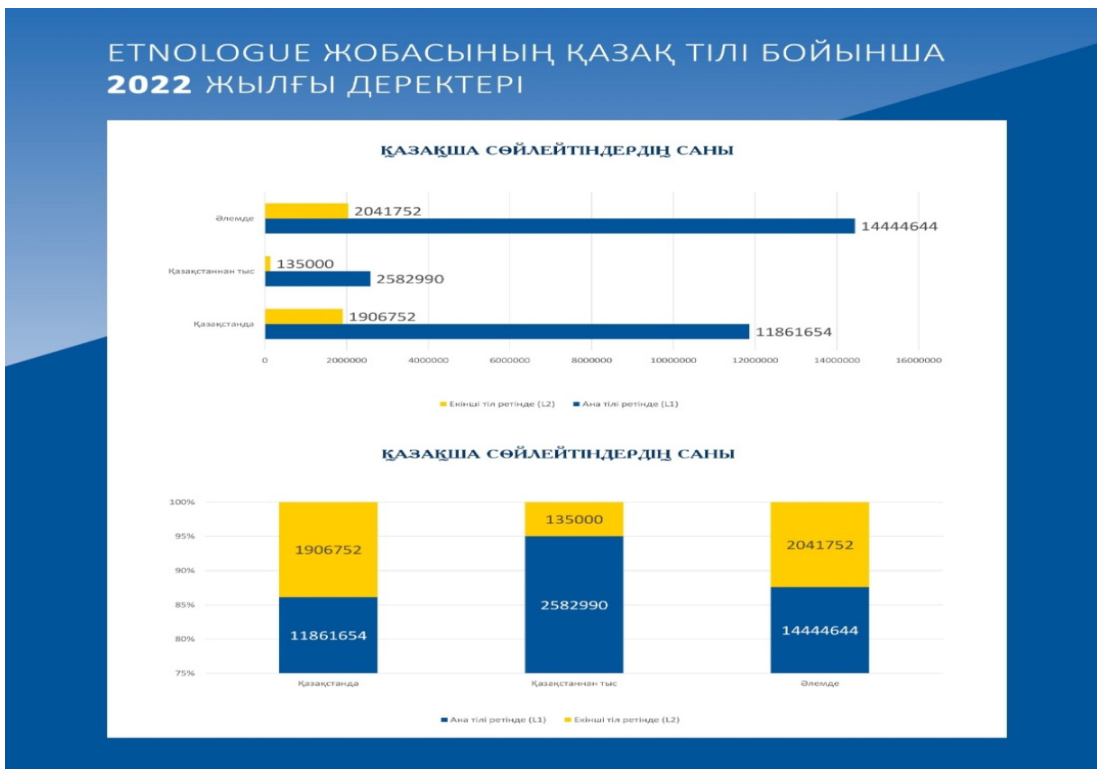
Осы тәріздес мысалдарды қазақ тіліне де қатысты келтіре аламыз. Мәселен, ресми статистикалық мәліметтерге сүйенсек, қазіргі таңда елімізде қазақ тілінде сөйлейтін азаматтардың саны қарқындап артып келеді. Жарнама копирайтерлерінің сапасын жақсарту жөніндегі қоғамдық кеңес басшысы Земфира Ержан: егер Қазақстандық бизнес қазақтілді тұтынушылар мен қазақ тілді аудиторияны өз назарынан тыс қалдыратын болса, ауқымды ақша табу мүмкіндігін жоғалтып алуы әбден мүмкін дейді (электронды ресурс). 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 «Зыңзың» ролигінің арқасында 1,3 миллиард теңге табыс тапқан, оның себебі: жарнамалық ролик шыққаннан кейін халық шұғыл несиелерді рәсімдеуге кіріскен. Банк басшылығы клиенттерге 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 Men qazaqrup.kz басылымына берген сұқбатында (электронды ресурс).

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

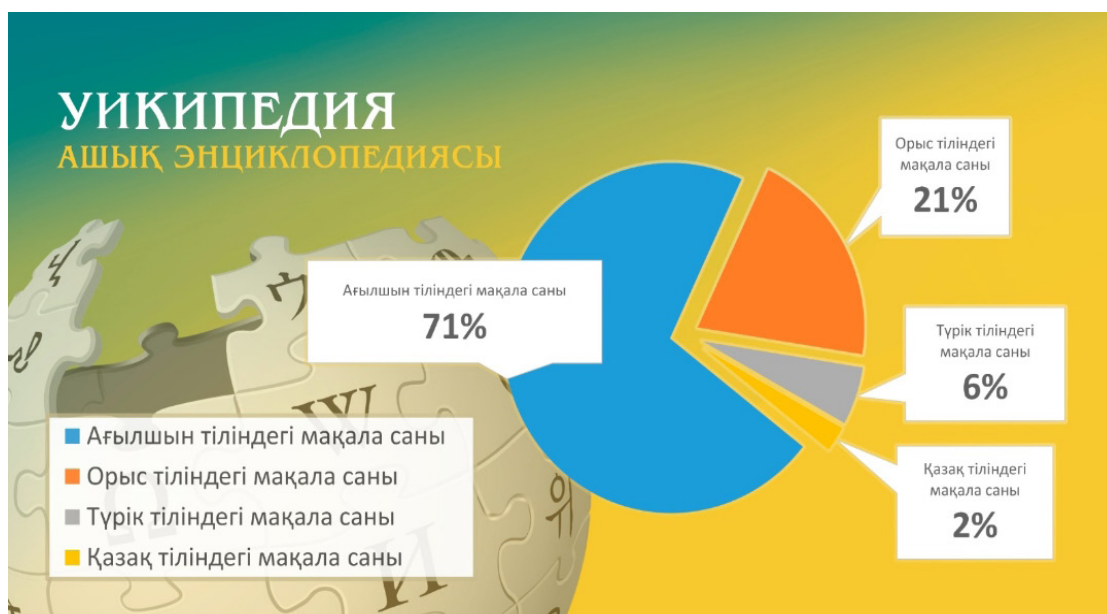
Қазіргі таңда экономика тілінің зерттеу аясы кең, ол тілдің қоғамдағы қызметін, оның экономикалық потенциалын экономикалық аспектілер тұрғысынан қарайды. Сонымен қатар: тілді дамытудың экономикалық логикасын (тіл корпусы, сөздік және т.б.) (Smith A., 2016); қоғамның

немесе жекелеген адамның әл-ауқаты деңгейі (благосостояние) мен тіл құзіреті арасындағы байланысын (табыс, кіріс, мансаптық жетістік (карьерный успех) және т.б.) (Gabszewicz J.,

Ginsburgh V., Weber S., 2011); тіл саясатының экономикалық алғышарттары мен салдарын да (Gazzola, Michele & Wickström, Bengt-Arne, 2016) өзінің зерттеу аясы етіп алады.



1-сурет – Etnologue жобасының қазақ бойынша 2022 жылғы деректері



2-сурет – Уикипедия ашық энциклопедиясы деректері



Бір сөзбен айтқанда, *экономика тілінің* қазіргі әдіс-тәсілдері тілдің өзгеруін болжауға, тілдің сақталуына немесе жойылуына әсер ететін экономикамен байланысты факторларды 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.

### Әдебиеттерге шолу

Зерттеуде Шломо Вербер «Как экономика и политика зависят от языка»; М.В.Лычагин «Лингвистические и экономические исследования: трансфер методов»; И.Рябова «Экономика языка»; Gabszewicz J., Ginsburgh V., Weber S. (2011), *Bilingualism and Communicative Benefits*; Gazzola, Michele & Wickstrom, Bengt-Arne (2016): *The Economics of Language Policy*; Weber S. (2007). *Learning foreign languages. Theoretical and empirical implications of the Selten and Pool model*; Marschak, J. (1965). *The Economics of Language*, Melitz, J. (2008). *Language and Foreign Trade*; Smith A. (2016). *Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective*; In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). *The Palgrave Handbook of Economics and Language*; Вебер Ш. Давыдов Д. (2017). Социально-экономические эффекты языкового разнообразия; Кадочников Д. (2016). Теоретико-экономический взгляд на языковую политику; Кадочников, Д.В. Цели и задачи языковой политики и проблемы социально-экономического развития России; Одинг, Н.Ю., Юшков, А.О., Савулькин, Л.И. Использование национальных языков как государственных в республиках РФ: правовые и экономические аспекты; Попов А.Ю., (2001), *Формы экономических текстов и дискурсов, Проблемы экономического дискурса*; Чернявская В.Е., 2001, *Текст и дискурс, Проблемы экономического дискурса*; Акопян А.С., (2001), *Экономика и слово, Общественные науки и современность*; Макаров М.Л. (2003), *Основы теории дискурса*; Ковлакас Е.Ф. (2003) *Семантические аспекты рыночно-экономической терминологии*; Найшуль В. *Экономика – язык – культура*; Хазагеро Г. *Экономика – язык – культура*; Лейчик Я.М. *Стереотипность и творчество в дискурсе (рапсодия в стиле «дискурс»)*; Крысин Л.П. *Язык – живая, саморазвивающаяся система т.б. сынды ғалымдардың еңбектері арқау болды.*

### Материалдар мен әдістер

Қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі ахуалын және ұлттық экономикалық мәдениетті көтерудегі мемлекеттік тілдің әлеуетін анықтау үшін және ұлттық бизнес таптың әлеуетті ортасындағы мемлекеттік тілдің аясын кеңейту, олардың тілдік мәселелерін шешудің нақты жолдарын ұсыну мақсатында зерттеуде экономикалық терминдердің, экономикалық семантикасы бар сөздердің, ұғымдардың, атаулардың лингвостатистикасы жасалды. Олардың семантикалық жағынан кеңею үдерісі талданды, нәтижесінде тәуелсіздікке дейінгі лексикографиялық еңбектерде қазіргі қазақтілді экономикалық дискурста қатысты тілдік бірліктердің семантикасы тар екендігі анықталды.

Зерттеу жұмысының нысаны, материалы ретінде он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі» (1976) және он бес томдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігі» (2011) алынды. Себебі бір ғылыми мақала аясында жоғарыда айтып өткен ауқымды, әрі өзекті мәселені түгел шешу мүмкін емес, сондықтан біз өзіміздің зерттеу нысанымызды тарылтып алып отырмыз.

Экономикалық сананың қазіргі кезде қандай трансформацияға ұшырағанын көрсететін тілдің ең бір мықты қабаты – лексикалық қабат. Лексикалық қабаттағы өзгерістер басқа қабаттағы өзгерістерге қарағанда жылдам, әрі тез жүреді. Сыртқы болып жатқан құбылыстарға, жаңалықтарға тез реакция береді. Мәселен, кеңестік кезеңде жарыққа шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» (1976 ж.) 91,5 мың атау сөз бен сөз тіркесі қамтылған. Ал, оның бір ғана I-томында кәсіпкерлік дискурста қатысты 34 атау бар болса, тәуелсіздіктен кейін жарыққа он бес томдық «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. Мұндай трансформация Тәуелсіздік алғанға дейін Қазақстан экономикасы тәуелсіз түрде емес, тәуелді түрде дамығандығымен түсіндіріледі, сол себепті қоғамның экономикалық санасы қазіргіге қарағанда әлдеқайда салғырт болды.

Зерттеуде сонымен қатар БАҚ шеңберінде 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

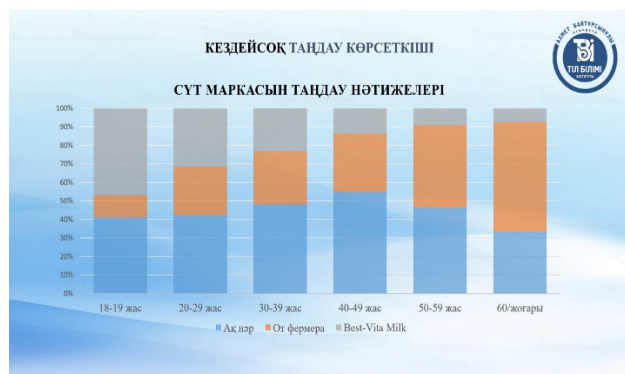
иелерінен аудио және видео сұхбат алынып, қазақтілді тұтынушылар арасында жаппай онлайн сауалнама алынды.

Сұхбаттың мақсаты – қазақтілді кәсіпкерлердің кәсібін қөтерілуіне, 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.

Қазақтілді шағын кәсіпкерлерден алынған сұхбатпен қатар 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 қауымы, 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.

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 таңдады, 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 (3-суретті қараңыз).



3-сурет – Кездейсоқ таңдау көрсеткіштері

Сауалнама 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;

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 аума-

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

Мақалада лингвостатистика, сұхбат, сауалнама, талдау әдістері қолданылды. Бұл аталған әдіс-тәсілдер зерттеуімізде тіл мен экономиканың байланысын анықтауға, заманауи, жаһандану үдерістерінің жемісі ретіндегі қоғамдық сананың түрлерін және тілдік байланысын анықтауға, тілді экономикалық сананың қалыптасуы мен трансформациялануының негізгі әрі әмбебап факторы ретінде анықтауға, қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі ахуалын және ұлттық экономикалық мәдениетті көтерудегі мемлекеттік тілдің әлеуетін анықтауға септігін тигізді. Сонымен қатар ұлттық бизнес таптың әлеуетті ортасындағы мемлекеттік тілдің аясын кеңейту және олардың тілдік мәселелерін шешудің нақты жолдарын ұсынуға мүмкіндік жасады.

Лингвостатистика әдісін қолдану арқылы кеңестік және тәуелсіздік кезеңі сөздіктеріндегі кәсіпкерлік және сауда лексикасының лексикографиялық сипаттамасы ашылды, болашақта да осы әдістің көмегімен кеңестік және тәуелсіздік кезең лексикографияларындағы экономикалық дискурс көрінісінің салыстырмалы талдауын жасау жоспарда бар.

### Зерттеу нәтижелері мен талқылау

Тіл экономикалық қатынастарға байлаулы. Қазақ тілінде күнделікті қолданысқа еніп кеткен сөздердің этимологиясын қарағанда, олардың атақәсіпке, реали құбылыс, қатынасқа қатысты екенін байқаймыз. Шаруашылық жүргізу ерекшеліктері тілдегі құбылыс атауларына себеп болады. Мәселен, ұста ежелден қазақ дәстүрінде, кәсібінде экономиканың жетекші тобы, экономикалық драйвер болған. Ең алдымен ұста деп, әдетте темірден неше түрлі 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 тілімізде қолданылып жүрген *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 (Поляков С.П., 1980).

Қолөнерінің кез келген саласының ұстасы немесе шебері – құрметті, қасиетті, ал олардың құрал-саймандары киелі саналған (Киргизско-русский словарь, 1965). 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 әркезде 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, қазақ теміршілері ұзақ замандар 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. Сонымен бірге теміршілерді қасиетті адам 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 деуге болады. Ертеде теміршілердің кенді тасты балқытып, темір айырып алуы, от пен суды пайдаланып одан қару-жарақ, түрлі бұйымдар соғуы олардың тылсым күштің, ерекше қасиеттің иесі деп танылуына себеп болды. Осымен байланысты оларға әрі құрметпен әрі қорқып қараған. Теміршіні қасиетті санау түркі халықтары мен жер бетіндегі көптеген елдерде кездеседі. Айта кету керек, теміршінің өзі ғана емес, оның *көрік*, *балға*, *балта*, *қысқаиш*, *төс* тәрізді құрал-саймандары 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. Бұл ұлттың экономикалық санасына тікелей қатысы бар құбылыс.

Сонда экономика мен лингвистиканың өзара байланысы адамдардың «әлемнің тілдік бейнесі» туралы түсінігі мен экономикалық мінез-құлқына, көңіл-күйіне де әсер етеді. Қазіргі таңда қаржы-банктік жүйенің пайда болуына байланысты әр ұлттың лексикалық қорына, оның өкілдерінің күнделікті тұрмыс-тіршілігіндегі сөйлесім үдерісіне саудаға, кәсіпкерлікке, қаржыға байланысты сан алуан лексемалар кірді. Экономикалық сананың трансформациясы әлемдік лингвистика бойынша белгілі бір экономикалық ұғымдардың, сөздердің өзектіленуіне әкелді. Мәселен, элементтанушы ғалымдардың келтірген мәліметі бойынша 2008 жылы «дағдарыс», «банк», «экономика» сөздерін Америка мен Еуропа елдеріндегі қоғамның түрлі әлеуметтік топтары ең жиі қолданған екен (Яроцкая Г.С., 2015). Ал қазіргі қазақ тіліндегі экономика, сауда, бизнес, қаржы, кәсіпкерлікке қатысты сөздердің жиілігін анықтағанда «компания» сөзінің жиілігі ең жоғары болып шықты. Оның мәтінді қамту пайызы – 14,84846479-ды құрады. Мәтінді қамту пайызы дегеніміз – сөздік тізбесінде қатарынан тұрған сөздердің мәтінді түсінуге қатысты үлесінің көрсеткіші (Жалпы білім берудегі қазақ тілінің жиілік сөздігі, 2016)

Белгілі зерттеуші ғалымдар Вербер мен Гинсбургтың жүргізген зерттеулеріне сүйенсек, 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 өседі, яғни сауда айналымы екі есеге өскен жағдайда, сол елдің тілін үйренушілердің саны шамамен 13% артады екен (Ginsburgh, Weber, 2016). Себебі *сауда* – ежелден экономикалық қатынаста тіл үйренудің қозғаушы факторы.

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 (Фазылжанова А., 2020). Дәстүрлі қазақ қоғамында *сыртқы саудамен* айналысатын кәсіпкерлерді *саудагер*, *көпес* деп атаған (көпес атауы, орыс тіліндегі «купец» деген сөзінен шыққан, XVIII ғасырда қазақ тіліне енген). Саудагерлер халықаралық саудамен айналысып, Ресей, Қытай сияқты көрші елдерге, сол елдер арқылы Еуропаға ауылшаруашылық тауарларының үлкен партиясын, әсіресе малшаруашылығы мен аңшаруашылығына қатысты өнімдерді жеткізіп отырған. Саудагерлер тек сауданың әдіс-тәсілдерін ғана меңгеріп қоймаған, бизнес-коммуникацияның қыр-сырын білген, іскерлік ойлау қабілеті, халықаралық қатынастарға байланысты білімдер жүйесі, тілдік құзыреттілігі жоғары болған. Өйткені мемлекеттің экономикалық және қаржылық саясаты, сондай-ақ көрші мемлекеттердің бейбіт өмір сүруі олардың табысты қызметіне байланысты болды (Тетеревников, 1967).

Ірі саудагерлер еліміздің сыртқы нарығында арбитражер болды, олар сыртқы саудаға, яғни қалалық саудаға жауапты болған. Сонымен қатар саудагерлер ірі қалаларда және халықаралық сауда жәрмеңкелерінде сауда жасады. Саудагерлер сыртқы нарықтан түскен пайдаға шетелдік тауарлар, тұрмыстық заттар мен бұйымдар, ыдыс-аяқ, әртүрлі мата мен басқа да көптеген өндіріс өнімін сатып алып, оларды ұсақ саудагерлерге өткізіп, олардан мал сатып алады. *Ұсақ саудагерлер* өз кезегінде бұл тұрмыстық тауарларды ауыл-ауылды аралап, өткізіп, малға айырбастап, ол малды жергілікті жәрмеңкеде саудагерлерге сатып отырды.

Далалық сауда (ішкі нарық) нарығы ұсақ саудагерлердің «кәсіпкерлік қызметі» есебінен дамыды, оларды халық арасында «*бақалшық*», «*ұзын қоржын*», «*арбакеш*» деп те атаған, себебі, олар ауыл арасында зат толы қоржынмен, арба толы ұсақ заттармен жүрген. Ұсақ заттарын малға/ақшаға айырбастауды ұсынған. Ұсақ саудагерлердің «бизнесінің» арқасында ауыл халқы күнделікті тұрмысқа қажетті заттарын алып отырды. Қазақ тілінде мата сұрпының 80-нен астам атауы бар. Олардың ішіндегі ең танымал түрлері: *барқыт*, *тұқаб*, *берен*, *биқасап*, *бұлде*, *дүрия*, *қамқа*, *қойқын*, *қыжым*, *мақпал*, *мауыты*, *міндала*, *пайы*, *баршын*, *парша*, *пүліш*, *саң*, *тапта*, *ұштап*, *тібек*, *шұға*, *мана*, *ләмбөк*, *дыраб*, *манат*, *масаты*, *борлат*, *боаяқ*, *бұйдас*, *зипуын*, *дабы*, *сылаң*, *қасапдар*, *қаламы*, *қымқап*, *кіні-*



*пас, кіріс, кіләңкөр, күлдірі, қатипа, батсайы, сарпөңке, сіндіп, тапта, торғын, торқа, шәйі, қырмызы, атлас, кінауыз, маңлық, құлты, зон, ақсұп, борлат, бомази, бояқ, дабы, сыңсыма, сұрып, сәтен, сиса, шағи, бітес, тек, зәріп, саржа, құмаш, орысқол, тайғақ, бөз, сәлдебөз, тіке.*

Бұлардың барлығы да ұлттың экономикалық санасына тікелей қатысы бар құбылыс. 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.

### Эксперимент

*Экономикалық санаға* қатысты жалпы кез келген ұлт бар болу үшін, өмір сүру үшін оның ұлттық санасы болуы шарт. Ұлттық санасының ядросындағы дүниеліктер сақталып, өзгермей тұрса, ол ұлт – өміршен болады. Енді осы сана деген ұғымның өзін философтар зертеген кезде тұтас бөлінбейтін дүние емес, ол да бірнеше элементтерден тұратыны анықталған. Профессор Н. Уәли қоғамдық сананың бірнеше түрлерін: құқықтық сананы, ғылыми сананы, саяси сананы, эстетикалық сананы анықтаған (Уәли Н., 2009: 10). Сонда ғалымның айтуынша, ұлттық сана: тілдік санадан, діни санадан, саяси санадан, эстетикалық, құқықтық, тарихи сонымен бірге, экономикалық санадан тұрады. Демек, қазақ ұлты бар болуы үшін, қазақ ұлты өміршен болу үшін, жаһанияттың толық мүшесі болуы үшін оның ұлттық санасындағы осы элементтер толық бірдей дамуы керек. Осы ұлттық сананың компоненттерін дамытатын не деген кезде, ең алдымен оның әмбебап құралы тіл екенін философтар барлық ғалымдар бірауыздан айтып отыр. Қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі кездегі ахуалы қандай деген сұраққа жауап беру үшін біз осыны анықтаудың өзімізше бір жолын таңдадық. Оны анықтаудың бірнеше жолы болуы мүмкін, бірақ біз таңдаған жол – кейбір экономикалық терминдердің, экономикалық семантикасы бар сөздердің лингвостатистикасын және олардың семантикалық жағынан кеңею үдерісін қарау. Зерттеу нәтижесінде мынаны анықтадық:

Кеңестік кезеңде жарыққа шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» (1976 ж.) «баға» сөзінің семантикасы негізгі реестрда үш мағынамен, ал оның лексикалық өрісі 6 сөз тіркесімен берілген. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан он бестомдық «Қазақ әдеби

тілінің сөздігінде» (2011 ж.) «баға» сөзімен 34 сөзтіркесі берілген, оның ішінде 19 тіркес таза экономикалық қатынастағы құбылыстың атауы.

Тәуелсіздікке дейінгі он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» (1976 ж.) «сауда» сөзінің реестрдегі негізгі мағынасы 1 мағынамен, ал лексикалық өрісі – 4 сөз тіркесімен берілген, оның ішінде 2 сөз тіркесі мен реестрдегі негізгі мағынасы экономикалық қатынасқа тікелей қатысты. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан он бестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (2011 ж.) «сауданың» реестрдегі негізгі семантикалық мағынасы 5 мағынамен, лексикалық өрісі – 68 сөз тіркесімен берілген, оның ішінде екі анықтамаға *экон.* белгіленімі қойылған және 43 сөз тіркесі тікелей экономикалық құбылыстың атауы.

«Базар» кеңестік кезеңде жарыққа шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» (1976 ж.) реестрдегі негізгі мағынасы 2 мағынамен, лексикалық өрісі – 14 сөз тіркесімен, оның ішінде реестрдегі негізгі 2 мағынасы мен 7 сөз тіркесі тікелей экономикаға қатысты ұғымдар. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан он бестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (2011 ж.) реестрдегі негізгі мағынасы 5 мағынамен, лексикалық өрісі – 22 сөз тіркесімен берілген. Оның ішінде реестрдегі 3 мағынасы мен 12 сөз тіркесі экономикалық атаулар.

«Бизнес» кеңестік кезеңде жарыққа шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінің» (1976 ж.) реестрінде мүлдем жоқ, Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан он бестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (2011 ж.) реестрдегі негізгі мағынасы – біреу, лексикалық өрісі – 2 сөз тіркесімен көрсетілген.

«Делдал» сөзінің кеңестік кезеңде жарыққа шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде» (1976 ж.) реестрдегі негізгі мағынасы – екеу, лексикалық өрісі бір сөз тіркесімен берілген. Мұнда ескере кететін жайт «делдалдың» сөздік реестріндегі негізгі мағынасы жағымсыз реңкте «пайдакүнем» түрінде берілген. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан он бестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (2011 ж.) бұл сөздің реестрдегі негізгі мағынасы – үшеу, лексикалық өрісі 1 сөз тіркесімен берілген. Сөздік реестріндегі негізгі мағынасы *сатушы мен алушыны келістіріп, сауда-саттықтың жүзеге асуына көмектесетін адам* деп дұрыс берілген, яғни жағымсыз реңкі жойылған.

«Жұмыс» сөзі кеңестік кезеңде жарыққа шыққан он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме

сөздігінде» (1976 ж.) реестрдегі негізгі семантикалық мағынасы – екеу, ал оның лексикалық өрісі – 9 сөз тіркесімен берілген. Тәуелсіздік алғаннан кейін жарыққа шыққан он бестомдық «Қазақ әдеби тілінің сөздігінде» (2011 ж.) «жұмыстың» реестрдегі негізгі мағынасы – үшеу, лексикалық өрісі болса – 39 сөз тіркесімен берілген.

Бұл салыстырмалы зерттеудің нәтижесі қазіргі қазақтілді экономикалық дискурстың іш-түрі (подвид) ретіндегі кәсіпкерлік дискурста тән кәсіби терминдер мен атаулардың семантикалық өрісі кеңейіп, экономикаға қатысты жаңа құбылыстардың, реалийлердің пайда болғанын көрсетті, яғни қазіргі заманауи модуштағы экономикалық сана үлкен трансформацияға ұшырап, кеңейе түскеніне, дами түскеніне көз жеткізеді.

Зерттеуіміздің екінші кезеңінде, жоғарыда атап өткеніміздей, қазақ ұлтының экономикалық санасының қазіргі кездегі ахуалын анықтап, экономикалық мәдениетті көтеруде ұлттық тілдің әлеуетін анықтауға талпыныс жасадық. Бұл мақсатқа жету үшін Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институтының «Тіл және қоғам алаңы» аясында «*Бизнес және қазақ тілі*» тақырыбында ұйымдастырған іс-шараның шеңберінде ұлттық атауларды өзінің тауарына, экономикалық қызмет түріне негіз ретінде алған және өзіндегі барлық экономикалық қатынастарды ұлттық тілде жүргізген шағын бизнес өкілдерін анықтап, олардың сәтті кейстерін алып, бизнесінің көтерілуіне, экономикалық кеңістікте қандай да бір жетістікке жетуіне ұлттық тілде жасалған тауар атаулары мен ұлттық тілде жүргізген қатынастары қаншалықты көмектескенін білу үшін әлеуметтік сұхбат алдық, яғни «*брендтік атауларың олардың өндірісін көтеруге әсері болды ма, болмады ма*», деген мәселелерді анықтауды көздедік.

Сұхбатқа өз кәсібін ұлттық тілде өрбітіп, табысқа кенелген 15 шағын кәсіп иесі қатысты. Зерттеудің нәтижесінде кәсіпкерлердің қазақ тілін өз бизнесінің құралы ретінде таңдауының мынадай себептері анықталды:

- 1) қазақ тілі ана тілі болғандықтан, кәсібін қазақ тілінде жүргізуді парыз санайды;
- 2) қазақ тілінде сөйлесу, түсінісу жеңіл, ойды еркін жеткізуге болады;
- 3) қазақ тіліне сұраныс артып келе жатқандықтан қазақтілді аудиторияны жаулап алуды көздейді.

Сонымен қатар кәсіпкерлер кәсіп жүргізуде бірқатар тілдік қиындықтарға ұшырайтындықтары да белгілі болды:

1) қазақ тілінде қызмет көрсетуден бастарта-тын бизнес субъектілері бар (smm компаниялар, копирайтерлер, т.б.);

2) кейбір мемлекеттік мекемелердің ақпарат беру орталықтарының операторлары қазақ тілі таңдалса да, орыс тілінде жауап береді;

3) экономикалық қатынастарға қатысты мемлекеттік мекеме сайттарының (салық төлеуші сайты, e-license т.б) басты негізгі беті орыс тілінде, одан әрі тіл таңдау арқылы қазақ тіліндегі бетке өтуге болады. Алайда ондағы қазақша ақпараттар орыс тіліндегі ақпараттармен салыстырмалы түрде аз;

4) қазақ тіліндегі бухгалтерлік құжаттардың көбісінің қазақша баламасы жоқ;

5) қазақ тіліндегі құжаттардың орыс тілінен қате аударылады;

6) қазақ тіліндегі құжаттар кең қолданысқа жоқ;

7) экономикалық терминдер көбіне орыс тілінде беріледі немесе орыс тілінен қазақ тіліне ыңғайластырылып аударылады;

8) тауарлық бизнес тұтынушылары ақпаратты интернеттен орыс тілінде іздейді және олардың орыстілді парақшаларға сенімі көбірек;

9) қазақтілді бизнес ақпарат аз.

Кәсіпкерлер тілге қатысты қиындықтарды шешудің мынадай жолдарын ұсынады:

1) мемлекет тарапынан қолдау, қадағалау шаралары;

2) тіл мамандары, филологтар тарапынан ақпараттық-танымдық шаралар, терминологиямен жұмыс;

3) орыстілді сайттарды кәсіпкерлер мен тіл мамандары бірлесе аудару.

Кәсіпкерлер қазақ тілінде бизнес жүргізудің мынадай артықшылықтарын көрсетіп отыр:

1) халыққа жақын болу;

2) ойынды еркін жеткізу;

4) қазақ тіліне сұраныс артып келеді, аудан, ауыл қазақтарын өз аудиторияңызға, тұтынушыңызға айналдыра аласыз.

«*Қазақ тілінің бизнесіңізді болашақта дамыту әлеуеті бар ма?*»- деген сұраққа сұхбатқа қатысқан барлық кәсіпкер сенімді түрде «*бар*» деп жауап берді. Олардың мәлімдеуінше, қазақтілді тұтынушылар саны, қазақтілді кәсіп өнімдеріне, қызметтеріне деген сұраныс көлемі күн сайын артып келе жатыр.

Екінші, қазіргі тіл иелмені санасында сауда өнімдері өндіріс ішінде тілге байланысты сатып алатын сауда өнімдерін таңдау барысында тілдің қандай рөлі бар екенін анықтау мақсатымыз тұрды. Себебі біздің болжамымыз бойынша қа-

зіргі статистикалық мәліметтерге сүйенетін болсақ, бір ғана Алматы қаласында тұрғындардың 60% таза қазақ тілінде сөйлейді және 13%-дан астам тұрғындар түркі диаспорасының өкілдері болып табылады. Демек Алматы қаласының әлеуетті тұтынушыларының 70%-дан астамының санасында қазақ тілді брендтер ассоциация тудырады. Біз осындай гипотезаны зерттеп көрдік. Біз осы мақсатта тағы да лингвоэксперимент жасадық. Қазақтілді тұтынушылар арасында «Қазақтілді тұтынушы портреті» онлайн сауалнамасын жүргіздік. Сауалнамаға 18-65 жас аралығындағы түрлі әлеуметтік топ өкілдерінен 5233 респондент қатысты (4-суретті қараңыз).

Сауалнама нәтижесі қазақтілді тұтынушылардың басым көпшілігінің тауар мен қызметтерді мемлекеттік тілде алғысы келетінін көрсетті (1-кестені қараңыз).



4-сурет – «Қазақтілді тұтынушы портреті» сауалнамасының жалпы ақпараты

1-кесте – Сүт маркасын және дүкен атауын таңдау нәтижелері

| Сүт маркасын таңдау нәтижесі |                                       |   |   |
|------------------------------|---------------------------------------|---|---|
| Респонденттердің жас аралығы | Ойдан шығарылған «Ақ нәр» сүт маркасы | Ойдан шығарылған «От фермера» сүт маркасы | Ойдан шығарылған «Best-Vita Milk» сүт маркасы |
| 18-19 жас                    | 40%                                   | 10%                                       | 50%   |
| 20-29 жас                    | 40%                                   | 30%                                       | 30%   |
| 30-39 жас                    | 50%                                   | 32%                                       | 18%   |
| 40-49 жас                    | 68%                                   | 20%                                       | 12%   |
| 50-59 жас                    | 47%                                   | 42%                                       | 11%   |
| 60 жастан жоғары             | 33%                                   | 62%                                       | 5%  |
| Дүкенді таңдау нәтижелері    |                                       |   |   |
|                              | Ойдан шығарылған «Керемет» дүкені     | Ойдан шығарылған «Здорово» дүкені         | Ойдан шығарылған «Great» дүкені               |
| 18-19 жас                    | 78%                                   | 0%  | 22%   |
| 20-29 жас                    | 80%                                   | 2%  | 18%   |
| 30-39 жас                    | 90%                                   | 5%  | 5%  |
| 40-49 жас                    | 90%                                   | 6%  | 4%  |
| 50-59 жас                    | 87%                                   | 11%                                       | 2%  |
| 60 жастан жоғары             | 80%                                   | 20%                                       | 0%  |

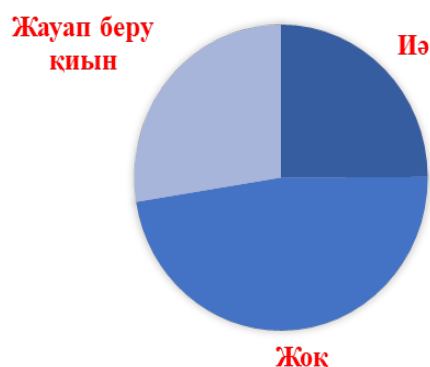
«Тауар нұсқаулығын алдымен қазақ тілінде оқисыз ба?» деген сұрауға респонденттердің 60%-ы «иә» деп жауап берді. «Дүкенде, сауда-саттық немесе қызмет көрсету орындарында қызметті қай тілде алғанды қалайсыз?» деген сұраққа 42%-ы қазақ тілінде деп жауап берсе, 38%-ы орыс тілінде,

қалған 20%-ы басқа тілде деп жауап берген. 80% респондент сауда немесе қызмет көрсету орындарына барғанда сөзді өзі бастайтын болса, қазақ тілінде бастайтынын білдірген. Ал респонденттердің 58%-ы қазақ тілінің бизнес, кәсіпкерлік, сауда-саттық тіліне айналу әлеуеті бар деп есептейді.



5-сурет – Қазақ тілінде қызмет көрсету сапасына баға беру

**ҚАЗАҚ ТІЛІН ПАЙДАЛАНУ АРҚЫЛЫ БИЗНЕС ЖҮРГІЗУ, САУДА ЖАСАУ ҚИЫН ДЕП ОЙЛАЙСЫЗ БА?**



6-сурет – Тұтынушы пайымы

«Ақпаратты мемлекеттік тілде тұтыну құқығыңызды қоғау мақсатында қандай әрекеттерге дайынсыз?» деген сұрауға қазақтілді тұтынушылардың жартысына жуығы (42%) қазақ тілінде қызмет көрсетпеген жағдайды қалыпты

құбылыс санайтынын, ал ана тілінде ақпарат алу құқығы бұзылған жағдайда қазақтілді тұтынушылардың бестен бірі (20%) ғана шағымданып, құқықтарының бұзылғанын хабарлайтынын анықтадық. Бұл көрсеткіштер қазіргі қазақтілді



тұтынушы үшін ана тілінде ақпарат алу құқығы мен нарықтағы ұсыныстың сәйкестілігі және отандық заңнамада қарастырылған нормативтер мен ережелер арасында алшақтықтың бар екенін көрсетеді. Бұл нәтижелер сауда-экономикалық қатынаста қазақ тілінің мемлекеттік тіл ретінде әрі ҚР аумағында қоғамдық қатынастардың барлық саласында қолданылатын тіл ретіндегі рөлін арнайы регламенттеу қажеттілігінің артып жатқанының, қатар қазақ тілінің қолданылуы бұзылған жағдайда ықпал ету механизмдерінің жетілдіру қажеттілігінің дәлелі.

Мақалада келтірілген мысалдардың барлығы да ұлттық тілдің әлеуетін көтеру арқылы тілдің энергиясы мен инерциясы арқасында қоғамның әл-ауқатын көтеріп, мемлекет экономикасын көтеруге болатынын көрсетеді.

### Қорытынды

Біздің 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. Тіл арқылы экономиканы дамытуға, әсіресе біздің зерттеу нысанымыз болып отырған экономикалық дискурстың ішіндегі саудаға байланысты коммуникациядағы сөйлеу актілерінде әсіресе ұлттық тілге ерекше мән беру керек. Себебі ол сол саладағы тауар иесінің капиталы, байлығының көзі болып табылады. Ол үшін біз, ұлттық тілдегі экономикалық мәдениетті дамытуға бағытталған шешімдерді ұсынамыз:

1. Экономика және қаржы саласы білімдерінің жалпыұлттық қолжетімділігін арттыру:

ҚР Парламентіне:

- Қазақ тілінің әлеуетін көтеруге және қолданыс аясын кеңейтуге негіз болатын «Мемлекеттік тіл туралы» Заң қабылдау.

ҚР Білім және ғылым министрлігіне:

- Оқу бағдарламасында қазақ тіліндегі экономикалық мәдениетті дамытудың теориялық негіздерін жетілдіру;

- Орта, арнайы орта, кәсіптік, жоғарғы білім беруде оқушыларды қоғамға қажетті және өнімді еңбекті экономикаға пайда келтіретіндей етіп

ұйымдастыру үшін жоспарлау, еңбекті нормалау, оны механикаландыру, кіріс-шығын есебін жүргізу жұмыстарын жүргізуге дағдыландыру;

- Экономикалық қатынастарға түсу барысындағы құқықтық білімдерді игеру бойынша факультатив пәндерді көбейту.

Мәдениет және спорт министрлігі мен Ақпарат және қоғамдық даму министрлігіне:

- *Мемлекеттік қаржыға шығарылатын әлеуметтік маңызды әдебиет тізімі бойынша қазіргі оқырманды қызықтыратын бизнес, жеке тұлғалық жетілу, бизнес бастау негіздерін үйрену, зияткерлікті дамыту, т.б. қатысты қазақтілді кітап басылымын арттыру;*

- Балаларға арналған ұлттық экономика, бизнес, кәсіпкерлік туралы тәрбие беретін қазақша мультфильмдер түсіру; мультфильм өндірісінің мамандарын дайындап, осы өндіріс базасын күшейту;

- Қалың көпшілікке арналған, қаржы сауаттылығын арттыратын, кіріс-шығындарды есептеу техникасы қамтылған «ІскерKZ» ІТ-қосымшасын әзірлеу, жүйелі түрде жетілдіру және енгізу;

- Заңгерлік, құқықтық, қаржылық, әлеуметтік және өзге де бағыттар бойынша қазақ тіліндегі ақпаратты тарату жиілігін арттыру.

2. Экономика және қаржы саласындағы қазақтілді контенттің және коммуникацияның сапасын арттыру:

ҚР БҒМ Тіл саясаты комитетіне:

- Қазақ тіліндегі жарнамалар мәтінінің сапалы болуын қадағалайтын механизм ұсыну;

- Түрлі сауда-саттық орындарындағы хабарландырулар, тауар сипаттамасы, затбелгі, нұсқаулықтардың қазақ тіліндегі мәтінінің сапалы болуын қадағалайтын механизм ұсыну.

*Мәдениет және спорт министрлігі және Ақпарат және қоғамдық даму министрлігіне:*

- Тауар, қызмет алуға қатысты қазақ тілінде пікір беру мәдениетін қалыптастыру және сол тауар мен қызмет түрлері туралы қазақ тілді ақпарат көлемі мен сапасын арттыру мақсатында кәсіпкерлермен бірлесе отырып, тұтынушылар арасында ынталандыру шараларын ұйымдастыру.

3. *Қазақтілді тұтынушылардың құқығының сақталуын қамтамасыз ету:*

ҚР БҒМ Тіл саясаты комитетіне:

- Жарнама, тауар сипаттамасы, затбелгі, нұсқаулық, хабарландыру мәтінін қазақ тілінде сауатсыз берген кәсіпкерлерге шара қолдану бойынша заң жобасын ұсыну.

ҚР Сауда және Интеграция министрлігінің Тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитетіне:

- «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңына «мемлекеттік тіл», «орфографиялық норма» ұғымдарына қатысты өзгерістер мен толықтырулар енгізуді ұйымдастыру;

- «Сауда қызметін реттеу туралы» заңына «мемлекеттік тіл», «орфографиялық норма» ұғымдарына қатысты өзгерістер мен толықтырулар енгізуді ұйымдастыру;

- Экономикалық қатынасқа түсу барысында тілдік дискриминацияға ұшыраған азаматтардың арыз-шағымдарын қарастыратын және оларға жауап беретін механизм ұсыну.

4. Қазақтілді кәсіпкерлердің құқығының сақталуын қамтамасыз ету:

ҚР Қаржы министрлігінің Мемлекеттік кірістер комитетіне:

- Комитеттің барлық ақпарат беру орталықтары қазақ тілді операторлармен толық қамтылуын ұйымдастыру;

- Қаржы-экономикалық қатынастарға түсу барысында қолданылатын құжаттардың (мыс: салық төлеу, бухгалтерлік есеп құжаттары) міндетті түрде қазақ тілдегі нұсқасының болуын және оның мәтінінің сауатты болуын қамтамасыз ету.

5. Қазақ тіліндегі экономикалық терминдерді активтендіру, олардың қолданыс аясын кеңейту:

ҚР Білім және ғылым министрлігі Ғылым комитетінің А.Байтұрсынұлы атындағы Тіл білімі институтына:

- экономикалық және бизнес терминдерінің түрлі форматтағы сөздіктерін шығару;

- «Қазақ тілінің ұлттық корпусын» әзірлеу барысында қазақтілді экономикалық терминологияның қамтылуын қадағалау, жүйелі түрде жетілдіру және толықтыру.

*Мақала АР19680279 «Қазақстандағы ұлт құрылысы контексінде қазақ тілінің қалалануы» атты гранттық қаржыландыру жобасының аясында әзірленді.*

#### Әдебиеттер

- Gazzola, Michele & Wickström, Bengt-Arne (2016): The Economics of Language Policy. Cambridge: MIT Press., Cambridge, UK, 1–18 pp.
- Marschak, J. (1965) The Economics of Language // Behavioral Science, 10, 135–140 pp.
- Белецкий С.Б. Языковая политика по расчету // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Научно-образовательный портал IQ. HSE. [Электронный ресурс]. <https://iq.hse.ru/news/315210835.html>
- Keith Ch. M. (2013). The Effect of Language on Economic Behavior: Evidence from Savings Rates, Health Behaviors, and Retirement Assets // American Economic Review. — Т. 103, вып. 2. — С. 690–731. – ISSN 0002-8282. – doi:10.1257/aer.103.2.690
- Grin F. (2016) Challenges of Minority Languages. In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). The Palgrave Handbook of Economics and Language. London: Palgrave Macmillan, 616–658 pp.
- John, Andrew. Language, learning and location
- Victor A. Ginsburgh, Juan Prieto-Rodriguez. (2011) Returns to Foreign Languages of Native Workers in the European Union // ILR Review. – Т. 64, вып. 3. – С. 599–618.
- <https://egemen.kz/article/96425-biznes-ulttyq-tilge-bet-burdy>
- <https://mq.kz/1031/qazaq-tili-biznes-tiline-ajnalady/>
- Smith A. (2016). Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective // The Palgrave Handbook of Economics and Language. London: Palgrave Macmillan, 61-100 pp.
- Gabszewicz J., Ginsburgh V., Weber S. (2011). Bilingualism and Communicative Benefits // Annals of Economics and Statistics, (101/102), 271–286 pp.
- Поляков С.П. (1980) Историческая этнография Средней Азии и Казахстана. М.: МГУ.
- Киргизско-русский словарь. (1965) М.: Советская энциклопедия.
- Яроцкая Г.С. (2015) Языковая репрезентация экономического сознания в русской лингвокультуре // дисс.на соис. научной степени док.филол.наук. Одесский национальный университет им. И.И. Мечникова, Одесса. – С. – 497
- Жалпы білім берудегі қазақ тілінің жиілік сөздігі / Жалпы редак. басқарғандар:Қажыбек Е.З., Фазылжанова А.М. – Алматы: Дәуір, 2016. – 1472 б.
- Ginsburgh, V., Weber, S., (2016) Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective // The Palgrave Handbook of Economics and Language, 1-48 pp.
- Fazylzhanova Anar (2020) Semantically revived Traditional Vocabulary as Representatives of the Concept of Trade Sauda in the Kazakh Language // The European Journal of Humanities and Social Sciences №5, – 75-80 pp.
- Тетеревников А.Н. (1967) Очерк внутренней торговли Киргизской степи. Санкт-Петербург.
- Уэли Н. (2009) Қоғамдық сананың түрлері және тіл бірегейлігі // ҰҒА Хабарлары. – № 4 – 10-15 бб.
- Он бес томдық «Қазақ тілінің әдеби тілінің сөздігі» (2011) / жалпы редакциясын басқарған А. Исқаов, Н. Уэли. – Алматы. Он томдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі» (1976) Алматы, Қазақ ССР-ның «Ғылым баспасы».

## References

- Belecskij S.B. Jazykovaja politika po raschetu [Language policy by calculation] / Nacional'nyj issledovatel'skij universitet «Vysshaja shkola jekonomiki». Nauchno-obrazovatel'nyj portal IQ. HSE. [Elektronnyj resurs]. <https://iq.hse.ru/news/315210835.html> (in Russian)
- Victor A. Ginsburgh, Juan Prieto-Rodriguez. (2011) Returns to Foreign Languages of Native Workers in the European Union. *ILR Review*. — Т. 64, вып. 3. — С. 599–618.
- Gabszewicz J., Ginsburgh V., Weber S. (2011) Bilingualism and Communicative Benefits / *Annals of Economics and Statistics*. (101/102), 271—286 pp.
- Gazzola, Michele & Wickström, Bengt-Arne (2016) *The Economics of Language Policy*. Cambridge: MIT Press., Cambridge, UK, 1–18.
- Grin F. (2016) Challenges of Minority Languages. In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). *The Palgrave Handbook of Economics and Language*. London: Palgrave Macmillan, 616—658 pp.
- Ginsburgh, V., Weber, S., (2016) Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective // *The Palgrave Handbook of Economics and Language*, 1-48 pp.
- On bes tomдық «Қазақ тілінің әдеби тілінің сөздігі» (2011) [“Dictionary of the literary language of the Kazakh language” in 15 volumes] / zhalpy redakcijasyn baskarğan A. Iskaov, N. Uәli. – Almaty. (in Kazakh)
- On tomдық «Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі» (1976) [“Explanatory Dictionary of the Kazakh language” in 10 volumes] Almaty, Қазақ SSR-ның «Ғылым баспасы». (in Kazakh)
- Zhalpy bilim berudegi қазақ тілінің zhiilik sözdigi / Zhalpy redak. baskarғandar: Kazhybek E.Z., Fazylyzhanova A.M. – Almaty: Dәuir, 2016. – 1472 b. (in Kazakh)
- John, Andrew. *Language, learning and location*.
- Keith Ch. M. (2013) The Effect of Language on Economic Behavior: Evidence from Savings Rates, Health Behaviors, and Retirement Assets // *American Economic Review*. — Т. 103, вып. 2. — С. 690–731.
- Kirgizsko-russkij slovar'. (1965) [Kyrgyz-Russian Dictionary] M.: Sovetskaja jenciklopedija. (in Russian)
- Marschak, J. (1965) The Economics of Language // *Behavioral Science*, 10, 135—140 pp.
- Poljakov S.P. (1980) *Istoricheskaja jetnografija Srednej Azii i Kazahstana* [Historical Ethnography of Central Asia and Kazakhstan] M.: MGU. (in Russian)
- Smith A. (2016). Dynamic Models of Language Evolution: The Linguistic Perspective. In: Ginsburgh, V., Weber, S. (Eds.). *The Palgrave Handbook of Economics and Language*. London: Palgrave Macmillan, 61-100.
- Teterevnikov A.N. (1967) *Ocherk vnutrennej trgovli Kirgizshskoj stepi* [Sketch of Internal Trade in the Kyrgyz Steppe] Sankt-Peterburg. (in Russian)
- Uali N. (2009) Қоғамдық сананың тырleri және til biregejlige [Types of public consciousness and language uniqueness] // *ҰҒА Хабарлары*. – № 4 – 10-15 bb. (in Kazakh)
- Fazylyzhanova Anar (2020) Semantically revived Traditional Vocabulary as Representatives of the Concept of Trade Sauda in the Kazakh Language // *The European Journal of Humanities and Social Sciences №5*, — 75-80 pp.
- Jarockskaja G.S. (2015) Jazykovaja reprezentacija jekonomicheskogo soznaniija v russkoj lingvokul'ture [Linguistic representation of economic consciousness in Russian linguoculture] / *diss.na sois. nauchnoj stepeni dok.filol.nauk. Odesskijnacional'nyj universitet im. I.I. Mechnikova, Odessa*. – S. – 497 (in Russian)
- <https://egemen.kz/article/96425-biznes-ulttyq-tilge-bet-burdy> (in Kazakh)
- <https://mq.kz/1031/qazaq-tili-biznes-tiline-ajnalady/> (in Kazakh)