ӘОЖ81'42- 801.7

Г.Ә. Машинбаева ф.ғ.к., доцент

қоғамдық-саяси лексиканың бағалауыштық сипаты

(әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің ф. ғ. к., доцент, Алматы, Қазақстан e-mail: [*gulnaznuki@mail.ru*](mailto:gulnaznuki@mail.ru)тел: 87759739056)

Қоғамда болып жатқан саяси реформалар мен дамуларға, билік ауысымдарына, сондай-ақ кенет болған саяси толқулар мен ірілі-ұсақты қоғамдық өзгерістер мен оқиғаларды мемлекет әр салада қалтқысыз бақылап баға беріп отырса, сол бақылаулар нәтижесінде анықталған жағдаяттарға БАҚ өкілдері тарапынан мақалалар жазылып тұрады. Ақпараттық бағдарламалардың қоғамдық мәні өте зор. Ол халыққа қызмет етеді, яғни халық қажеттілігін өтейді. Елімізде, таяу шет ел, шет елдерде болып жатқан саяси, әлеуметтік, мәдени жаңалықтар легін күнделікті жеткізіп отыру – мерзімді басылымдар мен электронды ақпарат құралдарының міндеті болып табылады. Мұның ішінде телеарнада берілетін ақпараттық бағдарламалардың орны ерекше. Ол халыққа аудиалды, визуалды тұрғыда әсер етеді. Ақпарат жеткізудің негізгі құралы теледидардың маңыздылығы жөнінде ғалымдардың өзіндік көзқарастары бар. Мысалы, орыс ғалымы В.В. Егоров: «Теледидар дегеніміз – бұл тек бейне мен дыбыс жеткізудің техникалық тәсілі ғана емес, ол сонымен қатар бағдарлама жасау барысындағы өзіндік талаптары мен оларды адамның түйсінуіне қатысты психологиялық әсер етуінің заңдылықтары бар ақпарат жеткізудің ерекше саласы», – десе [1, 190], А. Юровский: «Басқа ақпарат құралдары, басқа өнер түрлері немесе публицистикамен салыстырғанда теледидар басым жағдайда адамға қоғамның, халықтың рухани тұрмысымен тыныс алуына, басқа адамдармен етене араласып, олардың ойы, іс-әрекеті, мақсаты мен арманы туралы білуіне мол мүмкіндік береді. Міне, оның қоғамдық мәні де осында. Кез келген өнер салалары сияқты теледидар саласы да қоғамның қызығушылығынан, оның қоғамдық қызметінен тыс өмір сүре алмайды», – деп жазды [2, 56].

Адам өміріне енген жаңа ұғымдар халық ұғымында толық ізін қалдырып, айқын бейнеленіп бірден сіңісіп кете қоймайды. Осы жағдайларда да ұғымға қойылатын ат кездейсоқ болмайтыны белгілі. Көбінде тіпті бір ұғым бірнеше атпен де аталып жүреді. Терминдік лексиканы қалыптастыруда сол дәуір баспасөзінің орны ерекше. Өйткені қандай да болмасын жаңалық алдымен баспасөз, радио, теледидар арқылы жарияланады. Мерзімді баспасөз сол қоғамдағы әлеуметтік саяси, ресми қаулы-қарарларды өз беттерімен жариялап тұратын ақпараттар ағыны. Осы мәселе тұрғысынан Б.Қ. Момынова: «Қазіргі кездегі өркендеп дамыған бұқаралық ақпарат құралдары оқылатын (визуалды) мерзімді басылымдар, тыңдалатын (аудиалды – радио), аудио-визуальды – теледидар, деректі кино болып үш түрге бөлінеді. Бұлардың коммуникативті құрылымдарындағы кейбір айырмашылықтар болмаса, атқаратын қызметтері ұқсас», – дейді [3, 15].

Ақпараттық мақала, сыни мақала, саяси-сараптамалық мақала, бас мақала, жеке авторлық мақала сынды мақалалар мерзімді басылым беттерінде жарық көрсе, радио мен теледидар арналарында да белгілі осы оқиғаларға байланысты бір мезетте мағыналас мақалалар жарық көретіні заңды. Мемлекеттің ақпарат құралдарының өзі ішінде мемлекеттік және жеке басылым, тәуелсіз басылым болғандықтан тіршіліктегі өзгерістерге берілетін бағаның да әрқалай екендігі орынды және бұл табиғи шынайы құбылыс. Осындай мазмұны мен салмағы әртүрлі мақалалар мен телебағдарламаларда, радиохабарларда ортақ қолданылатын сөздер қоғамдық-саяси лексикалар тобы болып табылады. Себебі қоғамдық-саяси лексика қоғам өміріндегі оқиғамен, ондағы басқару жүйесімен, сол жерде болып жатқан өзгерістерден жат емес, керісінше солардың өзінен туындаған сөздер болып табылады. Оған ғылыми әдебиеттерде қоғамдық-саяси лексика ұғымына берілген анықтамалар мен қоғамдық-саяси лексиканың ерекшеліктеріне байланысты айтылған ғылыми пікірлер куә.

Газет тілін жан-жақты зерттеген ғалым Б. Момынова тіл білімінде қоғамдық-саяси лексика туралы ғалым А. Ысқақовтың еңбегінде, А. Қалыбаеваның еңбектерінде қарастырылатынын айта келе, қоғамдық-саяси лексиканы толық зерттеген ғалым ретінде Р. Барлыбаевты атап көрсетеді, және қоғамдық-саяси лексиканың газет беттеріндегі ең көлемді топтарды құрайтындығы жөнінде: "газет атаулының басты қасиеті – ақпарат жеткізу мен үгіт насихат жұмыстарының негізінен қоғамдық-саяси лексикаға жататын сөздер тобы арқылы іске асатындықтан, ол газеттің төл лексикасы саналады" – дейді Б. Момынова [3, 92].

Біздіңше, ақпараттық құралдар тілінде көлемі жағынан барлық сөздерден басым көп қолданылатын қоғамдық-саяси лексика қоғамдағы басқару жүйесі, идеология, cаяси оқиғалар, оларға мемлекет тарапынан беріліп отырған бағаға қатысты шұғыл түрде болмаса да өзгеріске түсіп отырады. Олардың баспасөз беттеріндегі жиі қолданылуы да, немесе уақыт өте келе бұрын белсенді қолданылған лексикалар тобынан кейін ығыстырылуы да, қоғамдағы ойдың тілде көрініс табуы да осы ойымыздың айқын дәлелі.

Бағалауыштық пен құндылықтар тұрғысынан зерттеу қазақ тіл білімінде көп таралмаған. Әлеуметтік бағалауыштық құбылысы сөз мағынасында болатын компоненттердің бірі. Дегенмен бүгінгі таңда сөздің семантикалық құрылымындағы бағалауыштықтың орны толық анықталмай отыр деп Б. Момынова өз еңбектерінде көрсетеді. Баға – адам баласына тән логикалық категория. Тіршілік иелері арасындағы басқа жанды-жансыз заттар ондай қасиеттен алыс. Бағалауыштық тек әлеуметтік категория ғана емес, бағалауыштық адам санасымен бірге пайда болатын психикалық құбылыстардың қатарынан орын алады. Сол себепті бағалау дегеніміз = тіл + ойлау + шындық немесе ақиқат (реальды өмір) трихотомиясының нәтижесі болса, ал бағалаудың семантикалық категориясына бағалауыштық жатады. Сондықтан да баға – адам санасында үнемі тоқтаусыз жүріп жататын процесс және ол адамның ойлау қабілеті арқылы іске асатын интеллектуалды-психикалық акт болып табылатындығы туралы еңбектерде айтылып жүр.

Сөзіміз, дәлелді болу үшін мысалдар келтіріп өтейік. 90-жылдары Кеңес үкіметі тараған соң, қоғам жаппай дінге бетбұрыс жасай бастады. Бұрынғы кеңестік идеологияның орнына халықты тәрбиелеу құралы дін болды. Елбасы елімізде тұратын ұлтттар мен ұлыстардың дініне еркіндік берді. Осы уақыттарда: *Иманжүзді, сәждеге бас ұрған, ислами тұрғыдан, иманын сақтаған адам, діни сауатты, дін еркіндігі* т.б. сөздер мен сөз тіркестері белсенді қолданылатын лексикалар тобына жатты. Мұндағы діни көзқарасқа қатысты сөздер тек оң бағалау сипатында қолданылды. Ал қазіргі кезде дінге қатысты жазылған мәтіндерде теріс бағалау сипаты да байқалады. Оған қазіргі қоғамдағы дін саласында әлемде болып отырған келеңсіздік әсер еткен болуы керек. Қазір керісінше *діни экстремизм*, *ислам діні өкілдерінің атын жамылғандар*, *діни қауымдар т.б. жаһидтер, ваххабисттер, әсіредіншілер*, ***дәстүрлі емес діни және жалған діни ағымдар радикализм, экстремизм және терроризм* сынды кері бағалауыштық мәні бар**сөздермен тіркесіп айтылып жүр. Бұл да табиғи құбылыс. Себебі аталған қоғамдағы кері әрекеттер, кері ой туғызды, ол діни көзқарасқа байланысты қоғамдық-саяси лексика теріс бағалауыштық сөздермен қолданылатын болды.

Мемлекет экономикасына байланысты сексенінші жылдардың аяғы, тоқсаныншы жылдардың бас кезінде *нарықтық экономика, бүгінгі нарық заманы, ақшаның құнсыздануы, пәй, купон, акция т.б. сөздер* қоғамдағы экономикалық өмірден сурет беріп тұратын сөздерретінде көп қолданылса, қазіргі кезде біздіңше бұл сөздер белсенді қолданылатын сөздер қатарына емес, кейінгі ығыстырылып қалған сөздер қатарынан орын алып келеді. Әрине, бұл сөздер қазір мүлдем қолданылмай қалған жоқ, бірақ олардың қолданысы пассивтенді деп айтуға болады. Бүгінгі күні Егеменді ел болып отырған Қазақстан елінің ақпарат құралдары тіліндегі белсенді қолданылатын қоғамдық-саяси лексикалар тобы қайсылар деген сауалға жауап іздесек, мұндағы сөздердің белсенділігі бүгінгі мемлекет өмірінің саяси, экономикалық өзгерістеріне, ішкі сыртқы саясатына тәуелді деп айтуға болады. Әрине қоғам бір орнында қатып қалған құбылыс болмағандықтан ондағы ой да, көзқарас та түрлі көзқарастан туындағын саяси бағыт та, саясат та бір орнында тұрақтап қалмақ емес, олардың салмағы да, белсенділігі де, жиілігі де әртүрлі. Сөзіміз дәлелді болу үшін бүгінгі бұқаралық ақпарат құралдарында кездесетін қоғамдық-саяси лексикалар тобының түрлеріне саяси өмірімізбен байланыстыра отырып талдау жасап көрейік. Өзімізге белгілі кең байтақ жері бар қазақ елінде бүгінгі күні жүзден аса ұлттың өкілі тіршілік етіп келеді. Тілі басқа, мәдениеті әртүрлі ұлттарды бір бағытқа бағыттап сүттей ұйытып ұстау үшін кемел саясат қажет екені белгілі. Ол саясаттың басты ұстанымы ұлтттар мен ұлыстар арасында өзара түсінушілікті қалыптастырып, саяси қайшылықтар мен ұлттаралық араздықты туғызбау. Бұл Елбасымыздың саясатының негізгі мазмұны. Осы тұрғыдан келгенде ақпарат құралдарында бірлік пен достық тақырыбына қатысты қоғамдық-саяси лексикалар бүгінгі ел баспасөзінде алдыңғы қатардағы сөздер тобынан көрінеді деп айтуға болады. Ол Елбасымыздың баспасөз беттерінде берілген: «Саусақ ашса – қылдырық, жұмса – жұдырық» екенін көкейге берік түйе отырып, ұлы мақсаттарға бірге сапар шегейік, қымбатты отандастар! Бірлігіміз – берік, тірлігіміз – серік болсын! Еліміз жар­қырап, жайнай берсін! – деген мазмұнды сөздерінде көптеп кездеседі:

*Бейбітшілік, руханият және келісім мәдениеті, этникалық теңдік, тұрақтылық пен келісім, Қазақстан халқының теңдігі, Қазақстан халқының әр басқа әрі тең балалары, достық шаңырағы, саяси тұрақтылық, ортақ Отан, мызғымас бірлік, тұрақты тыныштық, бірлік пен бірауыз­дылық, біртұтастық,* ортақ *Отанымыздың гүлденуі, көпэтносты халқы­мыз,* *этностардың мә­дени қабаттарының ықпалдастығы*, *тату көрші*, *одақтас, ортақ* *патриот­тық платформада топтастыру*, *бірлік*, *рухани келісім* *қағидаттары*, *мемлекеттің зайырлы­лығы, Қазақстан халқының әр басқа әрі тең балалары, көпұлтты мәде­ниетіміздің көркемдігі*, *ішкі тұтастық*, *зайырлы ел, толе­ранттылық, халқымыздың көпэт­ностылығы, бейбітшілік пен келі­сім, тұрақтылық пен келісім, этносаралық келісім* (Мысалдар Елбасының Қазақстан халқы Ассамблеясының ХХ сессиясындағы баяндамасынан алынды).

Бұған қоса еліміз қазіргі кезде "Қазақстан-2030" стратегиясын жеделдете аяқтап, "Мәңгілік ел-2050" жобасын орындауға кірісіп кетті. Қазіргі кездегі баспасөз беттеріндегі белсенді қоғамдық-саяси лексикалар тобында аталған жоба мазмұнына қатысты сөздер қолданылады, әрине ол заңды, себебі бұл қазіргі кездегі мемлекетте жүзеге асуды қолдап отырған бірден-бір жоба. Осы жобаларға қатысты мәтіндерде қоғамдық-саяси лексика үнемі бағалауыштық сипатта беріледі. Мақсат аталған жобаның халық арасында оң бағалауыш арқылы оң көзқараста таныстырылуы деп білеміз. Мысалы: *Елбасы, Нұр Отан, Жас Отан, Нұр Отаншылар, "Нұр Отан" партиясының белсенділері, мәңгілік ел идеясы, Назарбаев университеті, Назарбаев зияткерлік мектебі, Мәңгілік Ел, Нұрлы жол, «Нұрлы жол – болашаққа бастар жол» Жолдауы, Мәңгілік елдің қақпасы –* деген қоғамдық-саяси лексикалармен *бірге мызғымас мәңгілік ел, жасампаз ел, бірден-бір халықшыл партия, ұлт партиясы, белсенді партия бәсекеге қабілетті ел, қолжетімді баспана, қолжетімді баға, макроэкономикалық саясат* сынды бағалауыштық мәндегі сөздер мен сөз тіркестерінің астарында халықты осы партияны, осы саясатты жақтаушы болуға шақыру идеясы тұр. Бұл да қоғамдық-саяси лексиканың бағалауыштық сипатын білдіреді.

Аталған стратегиялардың әрбір бөлімінде айтылған мәселелер бойынша қолданылатын қоғамдық-саяси лексикалар тобын көрсетіп отыруға болады, соңғы жылдардағы ғылым, білім, экономиканы дамытуға қатысты жобарларға қатысты қоғамдық-саяси лексика қатары жаңарып барады. *Оларға: "Жасыл экономика" бағдарламасы, "Балапан" бағдарламасы, "Қолжетімді баспана" бағдарламасы, "Дипломмен ауылға", "Айналаңды нұрландыр", Астана ЭКСПО-2017» көрме кешені, "2020 жылға дейін аймақты дамыту*" бағдарламасы. Аталған бастамаларға қатысты: *2017 Mәңгілік Ел – елдің біріктіруші күші, ешқашан таусылмас қуат көзі. «Жасампаздық белесі – 2050»* **–** деген ұрандарда оларға берілген оң бағалау көрінеді.

## Бұған қоса ел ішіндегі жағдай мен әлемдік өмір байланысына қатысты: *ғылым мен білім саласын әртараптандыру,* ***Орталық Азияны тұрақтандыру, аймақішілік бірігу,*** жаһандық қауіпсіздік, үштұғырлы тіл саясаты, *Қазақстан патриотизмі* сынды стратегиялардың әр тарауында қолданылатын қоғам мен саясатқа қатысты сөздер жатады. Олар бүгінгі күні ақпараттық хабарлар мен мерзімді басылымдар санында белсенді түрде қолданылып келеді. Олар үнемі оң бағалауыштық мәнде: *Елбасының сардарлы саясаты, елбасының көрегенділігі,* *кемелденген саясат, жарқын болашақ саясаты, біртұтас болып ұйысуға бағытталған саясат т.б. сипатта болып келеді.*

Сондай-ақ қоғамдағы қысқа мерзімде қолданылатын бірақ бірнеше жылдарда қолданылуы белсенді түрде қайталанып отыратын қоғамдық-саяси лексикалар туралы да айта кетуге болады. Мұнда сайлауға қатысты лексикалар әрине тұрақты, бірақ көрсетіліп отырған лексикалар тобында бағалауыштық оң, теріс бағалау реңкі көрінбейді.

Ел ішіндегі саяси оқиғалар, айталық осы 2015 жылдың елеулі оқиғасы кезектен тыс Президент сайлауының өтуіне қатысты лексикалар тобы: Президент сайлауы, сайлау науқаны, үгіт насихат жұмыстары, үміткерлер, үметкерлікке тіркеу, сайлау комиссиясы өкілдері, кезектен тыс президент сайлауы, сайлау учаскесі, сайлауалды бағдарламасы, сайлауалды штабы.

### Олар БАҚ-та төмендегіде мәтіндерде кездеседі:

*1. Жалпы* ***кезектен тыс президент сайлауына*** *дайындық қызу жүріп жатыр (31 арна, Информбюро, 02.04.2015).*

*2. Өйткені, елдегі 9 мың 700* ***сайлау учаскесінің*** *басым бөлігі мектептер мен жоғары оқу орындары (31 арна, Информбюро, 02.04.2015).*

*3. 26 сәуір – Президент сайлауы күні таң атпай ерте, сайлауға ең бірінші келген адамға Астаналық* ***сайлау комиссиясы*** *керемет сыйлық дайындап отыр екен (31 арна, Информбюро, 02.04.2015).*

*4. Кездесу барысында Әбілғазы Құсайынов жиын қатысушыларын экология саласына негізделген* ***өз сайлауалды бағдарламасының*** *басты бағыттарымен таныстырды (Астана. 6 сәуір. Baq.kz).*

### *5. ҚР Президенттігіне үміткер Т. Сыздықов сайлауалды штабының жиынын өткізді (Астана. 6 сәуір. Baq.kz).*

Сонымен қорыта айтқанда, қоғамдық БАҚ тіліндегі негізгі лексикалар, олардың қатары қоғамдағы-саяси, экономикалық проблемалардың жаңаруына қатысты толығып, белсенді түрлері пассивтеніп отырады, ол құбылыстың жиі өзгеруі мен көп жылдар бойы тұрақты болуы қоғамдағы саяси көзқарастардың тұрақтылығына тікелей байланысты. Қоғамдық-саяси лексикалардың бағалауыштық сипаты қабылдаушыға оң, теріс бағалау беріп қоғамдағы белгілі бір құбылысқа қатысты оң, теріс көзқарастардың, қоғамдық идеяның қалыптасуына тікелей әсер ететін бірден-бір тілдік бірліктер деп атауға болады.

**Пайдаланылған әдебиеттер:**

1. Егоров В.В. Телевидение и зритель. – М.: Мысль, 1977. – 196 с.

2. Юровский Л.Я. Телевидение – поиски и решения. – М.: Искусство, 1983. – 118 с.

3. Момынова Б. Газет лексикасы (жүйесі мен құрылымы). – Алматы, 1999. – 267 б.

**Paydalanylғan әdebietter:**

1. Egorov V.V. Televidenie i zritel'. – M.: Mysl', 1977. – 196 s.

2. Yurovskiy L.Ya. Televidenie – poiski i resheniya. – M.: Iskusstvo, 1983. – 118 s.

3. Momynova B. Gazet leksikasy (zhүyesі men құrylymy). – Almaty, 1999. – 267 b.

**Г.Ә. МАШИНБАЕВА**

**қоғамдық-саяси лексиканың бағалауыштық сипаты**

Мақалада бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпараттық мәтіндердің негізгі бөлімін құрайтын қоғамдық-саяси лексика туралы айтылады. Тіл мен қоғам – егіз ұғымдар. Қазіргі таңда тіл білімі ғылымының маңызды міндеттерінің бірі – адамзат қауымының әлеуметтік өмірінің, оның түрлі тарихи кезеңдері қызметінің көрінісі деп атауға болатын тілдің атқаратын қызметін зерттеу. Қоғамдық-саяси құбылыстар мен ұғымдарды атайтын, мағыналық ұқсастығы арқылы топтастырылған сөздердің жиынтығы болып табылатын қоғамдық-саяси лексика қоғамдағы саяси көзқарастар мен оны басқару жүйесінің сипатына қарай өзгеріп отыруы мүмкін екендігін мысалдар арқылы дәлелдеп көрсетеді. Автор өз мақаласында бүгінгі күні еліміздің ақпарат құралдарындағы саяси көзқарасты мақалалар мен хабарлардан алынған қоғам мен саясатқа қатысты сөздерді, топтап, талдап береді. Сонымен қатар автор мақалада қоғамдық-саяси лексиканың бағалауыштық қызметі туралы айтып өтіп, қоғамдық-саяси лексиканың бағалауыштық қасиеті ақпарат арқылы оны қабылдаушы санасында идеологиялық бағаның қалыптасуына ықпал ететіндігіне тоқталады.

**Тірек сөздер:** қоғамдық-саяси лексика, ақпарат тілі, бағалауыштық лексика, адресант, адресат.

**МАШИНБАЕВА Г.А.**

**Оценивающая характеристика общественно-политической лексики**

В данной статье говорится об общественно-политической лексике, главной составляющей информационных текстов средств массовой информации. Язык и общество – это неделимые понятия. В настоящее время главной задачей языкознания является исследование языка как картины социальной жизни человечества на разных этапах ее истории. Общественно-политическая лексика, которая является совокупностью слов, сгруппированных по смысловому сходству, называет общественно-политические явления и понятия, и может на примере доказать, что они могут изменяться в зависимости от политических взглядов в обществе и формы системы управления. Автор в своей статье группирует и анализирует слова, которые относятся к политике и общественности, взятые из сегодняшних статей и новостей политического воззрения нашей страны. Кроме того, автор отмечает оценочную функцию общественно-политической лексики и останавливается на том, что эта оценочная функция общественно-политической лексики через информацию способствует формированию идеологической оценки в сознании воспринимающего.

**Ключевые слова:** общественно-политическая лексика, язык информации, оценочная лексика, адресант, адресат.

**MASHYNBAYEVA G.A.**

**The asses characteristics of the publish political lexicon**

This article describes the main component of informative texts of Mass Media the socio-political vocabulary. Language and society is the twin concepts. Nowadays the main object of the Linguistic is the investigation of language, which is the result of the social life of humanity and its different historical stages. Socio-political vocabulary is the gathering of words classified by resembling meaning and, which can change depending on socio-political views and governmental system. In this article author analyses and classifies the words connected with society and policy taken from political view articles of media. In addition, author narrates about evaluation role of socio-political vocabulary and that this quality can affect by the information in the minds of readers to formation of ideological appreciation.

**Keywords:** socio-political vocabulary, language of media, evaluation words, addresser, addressee.