


А.Р. Мұханбетжанова^{1*} , **С.Е. Тапанова²** 

¹Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қостанай, Қазақстан

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

*e-mail: muhamedzhanova_90@mail.ru

ҚОҒАМДЫҚ-САЯСИ ЛЕКСИКАНЫҢ МЕДИАМӘТІНДЕРДЕГІ ФУНКЦИОНАЛДЫҚ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Мақалада Қазақстанның бүгінгі ақпараттық кеңістігіндегі тілдік проблемаларға назар аударылады. Оны ішінде қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндерде атқаратын функционалдық ерекшеліктері зерттеледі. Зерттеудің мақсаты – қоғамдық-саяси лексиканың ақпараттық, бағалауыш, идеологиялық және дискурстық қызметтерін анықтап, оның медиамәтіндегі рөлін көрсету.

Зерттеу объектісі ретінде 2023–2025 жылдар аралығында жарық көрген республикалық «Егемен Қазақстан», «Айқын» және «Жас Алаш» газеттерінен іріктелген 383 қоғамдық-саяси бағыттағы мақалалар алынды. Медиамәтіндер жаңалық, талдамалы материал және сұхбат жанрларын қамтиды.

Мақалада контент-анализ, семантикалық және концепт анализ, сондай-ақ дискурс-анализ әдістері қолданылды. Қоғамдық-саяси лексиканың жиілік көрсеткіштері мен қолданыс ерекшеліктері Voyant Tools бағдарламасы арқылы анықталды. Сандық деректер лингвистикалық талдаумен ұштастырылып, лексемалардың мағыналық өрістері мен дискурстық қызметі анықталды.

Ғылыми зерттеу нәтижелері қоғамдық-саяси лексиканың БАҚ материалдарында тек ақпарат жеткізу құралы ғана емес, қоғамдық пікірді қалыптастыру, қоғам мен билік арасындағы қарым-қатынасты бейнелеу және идеологиялық ұстанымдарды заңдастыру тетігі ретінде қызмет ететінін көрсетті. Сонымен қатар зерттеу объектісі ретінде алынған үш басылымдағы қоғамдық-саяси лексиканың қолданыс жиілігі мен функционалдық жүктемесінің редакциялық саясат пен дискурстық бағытқа тәуелді екені де анықталды.

Зерттеу қорытындылары қоғамдық-саяси лексиканы заманауи БАҚ тілінің негізгі құрылымдық элементі ретінде қарастыруға мүмкіндік беріп, медиалингвистика саласындағы ғылыми зерттеулерге теориялық және тәжірибелік үлес қосады.

Түйін сөздер: қоғамдық-саяси лексика, медиамәтін, медиадискурс, зерттеу, контент-анализ, семантикалық-анализ, дискурс-анализ, БАҚ.

A.R. Mukhanbetzhanova^{1*}, S.E. Tapanova²

¹Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University, Kostanay, Kazakhstan

²L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

*e-mail: muhamedzhanova_90@mail.ru

Functional Characteristics of Socio-Political Vocabulary in Media Texts

This article examines linguistic issues in Kazakhstan's contemporary information space. Specifically, it examines the functional characteristics of socio-political vocabulary in media texts. The aim of the study is to identify the informational, evaluative, ideological, and discursive functions of socio-political vocabulary and to demonstrate its role in media texts.

The study focused on 383 socio-political articles selected from the national newspapers "Egemen Kazakhstan," "Aikyn," and "Zhas Alash," published between 2023 and 2025. The media texts included news, analytical materials, and interviews.

The article utilized methods of content analysis, semantic and conceptual analysis, and discourse analysis. Frequency indices and usage patterns of socio-political vocabulary were determined using Voyant Tools. Quantitative data were combined with linguistic analysis to identify the semantic fields and discursive functions of the lexemes. The results of the scientific study showed that socio-political vocabulary in media materials serves not only as a means of conveying information but also as a mechanism for shaping public opinion, reflecting the relationship between society and the authorities and legitimizing ideological positions. Furthermore, it was established that the frequency of use and functional load of socio-political vocabulary in the three newspapers studied depend on editorial policy and the

The results of the study allow us to consider socio-political vocabulary as a fundamental structural element of modern media language and make a theoretical and practical contribution to scientific research in the field of media linguistics.

Keywords: socio-political vocabulary, media text, media discourse, research, content analysis, semantic analysis, discourse analysis, media.

А.Р. Мұханбетжанова^{1*}, С.Е. Тапанова²

¹Костанайский региональный университет имени Ахмета Байтурсынулы, Костанай, Казахстан

²Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилёва, Астана, Казахстан

*e-mail: muhamedzhanova_90@mail.ru

Функциональные особенности общественно-политической лексики в медиатекстах

В статье рассматриваются лингвистические особенности современного информационного пространства Казахстана, сфокусированные на функциональном потенциале общественно-политической лексики в медиатекстах. Цель исследования заключается в анализе информативной, оценочной, идеологической и дискурсивной функций данного пласта лексики, а также в определении её роли в структурировании медиадискурса.

Эмпирическую базу исследования составили 383 общественно-политические статьи из республиканских газет «Егемен Қазақстан», «Айқын» и «Жас Алаш», опубликованные в период 2023–2025 гг. Выборка включает новостные заметки, аналитические материалы и интервью.

Методология работы базируется на сочетании методов контент-анализа, семантического, концептуального и дискурсивного анализа. Обработка количественных данных и частотный анализ лексем выполнены с помощью программного комплекса Voyant Tools. Интеграция количественных показателей с лингвистической интерпретацией позволила выявить ключевые семантические поля и специфику дискурсивных функций лексем.

Результаты исследования подтверждают, что общественно-политическая лексика в медиатекстах выступает не только инструментом передачи информации, но и механизмом формирования общественного мнения, способствующим легитимизации идеологических позиций и отражающим динамику отношений между обществом и властью. Установлено, что частотность употребления и функциональная нагрузка данной лексики напрямую зависят от редакционной политики и вектора дискурса конкретного издания.

Данная работа позволяет рассматривать общественно-политическую лексику как фундаментальный структурный элемент современного медиаязыка и вносит вклад в развитие медиалингвистики.

Ключевые слова: общественно-политическая лексика, медиатекст, медиадискурс, контент-анализ, семантический анализ, дискурс-анализ, СМИ.

Кіріспе

Қазіргі таңда БАҚ тек ақпараттық ғана емес, әлеуметтік-мәдени және саяси функцияны да атқарады, мемлекеттің имиджін қалыптастырып, күн тәртібін белгілейді. Қоғамдық санада негізгі ұғымдарды бекітеді. Бұл үрдісте саяси мағыналарды бейнелеу және құру құралы қызметін атқаратын қоғамдық-саяси лексика ерекше рөл атқарады.

Қазақстандық зерттеушілер өз еңбектерінде БАҚ тілінің, медиа мәтіннің, жалпы ақпараттық кеңістіктің әртүрлі аспектілеріне назар аударды. Медиамәтін арқылы берілген ақпарат түрлі қызмет атқарады. Мысалы, Bokayev, B., Nauryzbek, M., Baktiyarova, G., және Balmanova, A. зерттеулерінде әлеуметтік медиа мен бұқаралық ақпарат құралдарының саяси субъектілердің беделінің өзгеруіне белсенді әсер ететінін және ақпарат-

тық кеңістіктің қоғамдық пікірді қалыптастырудың негізгі құралына айналатынын көрсетті (Bokayev, et al., 2022). Т.Шевякова қазақстандық БАҚ-тағы имиджді қалыптастыру мәселесін талдап, елдің имиджін құрудағы медиамәтіннің рөлін айқындады (Shevyakova, 2022).

Жаһандану мен ақпараттық текетірес жағдайында медиакеңістіктің жұмыс істеу ерекшеліктеріне көңіл бөлінеді. З.Т. Кинфу зерттеуінде қазақстандық БАҚ-тың стратегиялық маңызы артып келе жатқаны атап көрсетіледі. Өйткені ол ақпараттық қауіпсіздік пен сыртқы ықпал мәселелерімен тығыз байланысты және қоғамдық пікір қалыптастыруда ақпараттық кеңістік тілі маңызды рөл атқарады (Kinфу, et al., 2020).

Дегенмен, медиа және ақпараттық кеңістік, БАҚ тілі мен медиамәтін мәселесіне қатысты зерттеулердің молдығына қарамастан, олқылықтар әлі де бар. Біріншіден, қазақстандық БАҚ

мәтіндеріндегі қоғамдық-саяси лексиканың лексикалық-семантикалық қабаты жеткіліксіз зерттелген: зерттеулердің көпшілігінде жалпы тенденциялар талданады, бірақ лексемалардың жүйелі топтары анықталмайды. Екіншіден, лексиканың функционалдық жүктемесі — оның бағалаушылық, манипуляциялық, қабылдауға ықпалын жан-жақты зерттеу жетіспейді. Үшіншіден, түрлі бағытта шығатын БАҚ түрлерінің (мемлекеттік, оппозициялық және т.б.) сөздік қолданыс жиілігін салыстыруға аз көңіл бөлінген.

Сондықтан зерттеудің өзектілігі қоғамдық пікірді қалыптастыру факторы ретінде қазақстандық БАҚ-тағы қоғамдық-саяси лексиканы кешенді талдау қажеттілігімен айқындалады.

Мақаланың мақсаты:

- Қазақстандық БАҚ-тағы қоғамдық-саяси лексиканың негізгі лексикалық-семантикалық топтарын анықтау және жіктеу.

- Қоғамдық-саяси лексиканың функционалдық ерекшеліктерін (бағалаушылық, манипуляциялық, дискурстық) анықтау.

- Қоғамдық-саяси лексиканың ақпаратты қабылдауға және БАҚ-қа деген сенім деңгейіне әсерін талдау.

Мақаланың жаңалығы:

Бұрынғы зерттеулерге қарағанда аталмыш мақалада қазақстандық БАҚ-тағы қоғамдық-саяси лексикаға жан-жақты лексикалық және семантикалық талдау жасалған. Жалпы тенденциялар немесе медиа үрдістер ғана емес, сөздіктің функционалдық өлшеміне баса назар аударылады. Алғаш рет қолданылған сөздік табиғаты мен аудиторияның БАҚ арқылы белгілі бір оқиғаларды қабылдауы арасындағы байланыс зерттелді.

Материал мен әдістер

Зерттеу барысында қазіргі БАҚ-тағы қоғамдық-саяси лексиканың функционалдық-прагматикалық және семантикалық ерекшеліктерін анықтауға бағытталған кешенді лингвистикалық әдістер қолданылды. Эмпирикалық материал ретінде республикалық мерзімді басылымдар – «Жас Алаш», «Айқын», «Егемен Қазақстан» газеттерінен іріктелген 383 медиамәтін алынды.

Мақаланың мақсатына жету үшін келесі ғылыми әдістер қолданылды:

Контент-талдау әдісі қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтінде қолданылу жиілігін,

тақырыптық таралуын және мағыналық-идеологиялық жүктемесін анықтау мақсатында қолданылды. Аталмыш әдіс медиамәтіндегі негізгі ұғымдар мен концептілерді жүйелеуге, басым тақырыптарды айқындауға, сондай-ақ қоғамдық-саяси лексиканың ақпараттық, ықпал ету және идеологиялық қызметтерін жан-жақты талдауға мүмкіндік берді.

Семантикалық-талдау әдісі қоғамдық-саяси лексикалық бірліктердің медиамәтіндегі мағыналық құрылымын, семантикалық өзгерістерін және атқаратын қызметін анықтау мақсатында қолданылды. Бұл әдіс лексиканың номинативтік, бағалаушылық, экспрессивтік және идеологиялық қызметтерін анықтауға мүмкіндік берді.

Концепт-талдау әдісі қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтінде вербалдану ерекшеліктерін, концептуалдық құрылымын және қоғамдық санада қалыптастыратын мағыналық модельдерін анықтау мақсатында пайдаланылды. Бұл әдіс концептінің ядросы мен бағалаушылық және идеологиялық жүктемесін, сондай-ақ ұлттық дүниетаныммен байланысын айқындауға мүмкіндік берді.

Дискурс-талдау әдісі медиамәтіндерді әлеуметтік, саяси және идеологиялық факторлармен байланыста қарастырып, қоғамдық-саяси лексиканың медиадискурс шеңберінде жүзеге асу механизмдерін ашуға мүмкіндік берді.

Әдебиеттерге шолу

Қазақ тіл білімінде қоғамдық-саяси лексика (ҚСЛ) мәселесі баспасөз тілі, публицистикалық стиль және тілдің әлеуметтік қызметімен тығыз байланысты зерттеліп келеді. Газет тілін жан-жақты қарастырған ғалым Б. Момынова қоғамдық-саяси лексиканың тіл біліміндегі орнына тоқтала отырып, бұл мәселенің А. Ысқақов, А. Қалыбаева еңбектерінде ішінара сөз болғанын, ал қоғамдық-саяси лексиканы арнайы және жүйелі түрде зерттеген ғалым ретінде Р. Барлыбаевты атап көрсетеді. Ғалым қоғамдық-саяси лексиканың газет тіліндегі жетекші рөлін айқындай келе, «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» деп тұжырымдайды (Момынова, 2005).

Б. Момынованың пайымдауынша, қоғамдық-саяси лексика қоғамдағы басқару жүйесі, идео-

логия, саяси оқиғалар және мемлекеттік бағалау үрдістеріне тікелей тәуелді болып, тарихи кезеңдерге сай өзгеріп отырады. Бұл лексикалық қабаттың баспасөз беттерінде бірде белсенді, бірде пассив сипат алуы – қоғамдық ойдың тілдік көрінісі екендігін дәлелдейді. Осы бағыттағы тұжырымдарды Г. Ә. Машинбаева да қолдап, қоғамдық-саяси лексиканың бағалауыштық сипатын оның негізгі функционалдық ерекшеліктерінің бірі ретінде айқындап, қоғамдық-саяси лексиканың қоғамдық пікір мен идеологиялық бағалауды қалыптастырудағы рөлін көрсетеді (Машинбаева, 2015).

Зерттеуші Б. Момынова қоғамдық-саяси құбылыстар мен ұғымдарды атайтын, мағыналық ұқсастығы арқылы топтастырылған сөздер жиынтығын қоғамдық-саяси лексика ретінде анықтайды. Ғалым бұл лексика құрамында эмоционалдық-экспрессивтік реңкі бар бірліктердің де елеулі орын алатынын атап көрсетеді. Себебі қоғамдық-саяси лексиканың семантикалық құрылымында саясылану, идеологизация процесі жүреді, ал бұл құбылыстар оның бағалауыштық қызметімен тығыз байланысты.

Б. Момынова «Қоғамдық-саяси лексика» атты еңбегінде және «Қазақ» газеті материалдары негізіндегі зерттеуінде қоғамдық-саяси лексиканы бірнеше лексика-семантикалық топтарға бөліп көрсетеді. Атап айтқанда, әлеуметтік-тарихи ұғымдар, мемлекеттік құрылым, әкімшілік жүйе, заңнама мен сот, саяси терминдер, әскери іс, мәдениет пен білім, діни лексика сияқты санаттарға ерекше назар аударады.

Қоғамдық-саяси лексика терминдермен ортақ белгілерге ие болғанымен, қолданыс аясының кеңдігімен, функционалдық икемділігімен ерекшеленеді. Бұл лексика қабаты белгілі бір кәсіби топтың меншігі болмай, жалпы халықтық сипатта қолданылады. БАҚ қоғамдық-саяси лексиканың тілдік айналымға енуі мен тұрақтануында негізгі факторлардың бірі болып табылады. Сонымен қатар ҚСЛ арқылы мемлекеттің саяси-экономикалық бағыты мен идеологиялық ұстанымдары бейнеленеді.

Қоғамдық-саяси лексика мәселесі бүгінгі күні медиалингвистикада тұрақты түрде зерттеліп келеді. Себебі бұл лексикалық қабат қоғамдағы әлеуметтік, саяси және идеологиялық трансформацияларды тікелей бейнелейді. Ғалымдар қоғамдық-саяси лексиканы экстралингвистикалық факторлардың ықпалымен қалыптасатын және қоғамдық-саяси дискурспен тығыз байланыста қызмет атқаратын ұлттық тілдің

ашық әрі динамикалық ішкі жүйесі ретінде сипаттайды.

Бірқатар ғылыми зерттеулерде қоғамдық-саяси лексика күрделі тарихи және мәдени дамудың нәтижесі ретінде қарастырылады. Атап айтқанда, А. Гаппаров қоғамдық-саяси лексиканың идеологиялық, әлеуметтік және терминологиялық элементтердің тоғысында қалыптасатынын, оның шекараларының тұрақсыз әрі құрамының үнемі жаңарып отыратынын атап көрсетеді (Гаппаров, 2023). Зерттеушінің пікірінше, тіл қоғамдық-саяси үдерістерді бейнелеу, интерпретациялау және идеологиялық тұрғыдан бағалау қызметін қоғамдық-саяси лексика арқылы жүзеге асырады.

Б. Бекматов қоғамдық-саяси лексиканың тілдегі қызметін жүйелік тұрғыдан қарастырып, оның саяси және әлеуметтік шындықпен тығыз байланыста қалыптасатынын көрсетеді. Автор бұл лексикалық қабатты тақырыптық және лексика-семантикалық топтар арқылы жіктеуді ұсынады. Қоғамдық-саяси лексика өзара семантикалық байланыстағы бірліктер жүйесін құрайтын динамикалық әрі ашық құрылым ретінде сипатталады (Bekmatov, 2024).

Кейбір ғылыми еңбектерде қоғамдық-саяси лексиканың медиадискурстағы қызметіне ерекше назар аударылады. Интернет-медианы зерттеу барысында цифрлық медиакөшіктің лексикалық инновациялар үдерісін жеделдететіні, саяси мәні бар бірліктердің белсенді түрде еніп, қайта семантикаланатыны, сондай-ақ олардың әртүрлі әлеуметтік топтар тарапынан қабылдану және түсіндірілу деңгейіне әсер ететіні дәлелденген (Poplavska et al., 2021).

Авторлар интернет-медианы өзекті қоғамдық-саяси лексиканы тіркеп, таратудағы негізгі алаң ретінде сипаттайды.

Салыстырмалы және пәнаралық зерттеулер қоғамдық-саяси лексиканың жаңару үдерістерінің әмбебап сипатын көрсетеді. Мәселен, Г. Оруджева парсы және әзербайжан тілдерін талдай отырып, саяси және әлеуметтік оқиғалардың лексиконның неологизмдер, кірме сөздер мен қысқартулар арқылы қарқынды түрде толығына әкелетінін дәлелдейді (Orujova, 2022). Автордың пікірінше, дағдарыс пен өзгеріс кезеңдерінде тіл өзге салалармен салыстырғанда даму мен баюға неғұрлым бейім болып келеді.

В.П. Джиеова ағылшын және осетинтілді газет материалдары негізінде қоғамдық-саяси лексиканың қоғамдық-саяси дискурстағы номинативтік және коммуникациялық қызме-

тін талдайды. Автор тұлға атауларының құрылымдық-семантикалық ерекшеліктерін және терминжасам модельдерін сипаттай отырып, интернационализмдер мен неологизмдердің қазіргі медиадискурстағы рөлін көрсетеді (Джиоева, 2021).

Қоғамдық-саяси лексиканы зерттеуде диахрониялық бағыттағы еңбектердің де маңызы зор. А.В. Загребельныйдің ХХ ғасыр басындағы қоғамдық-саяси лексикаға арналған монографиясында лексиканың семантикалық және функционалдық өзгерістерінің нақты тарихи-саяси жағдайлармен тығыз байланысы көрсетіледі (Загребельный, 2013). Автор қазіргі қоғамдық-саяси лексикада байқалатын семантикалық кенею, идеологиялық жүктеменің артуы және функционалдық саралану сияқты үдерістердің тарихи негізі революциялық кезеңдегі тілдік өзгерістермен сабақтас екенін дәлелдейді.

Зерттеулердің тағы бір маңызды бағыты бұқаралық ақпарат құралдарындағы қоғамдық-саяси лексиканың сөзжасамдық тетіктеріне арналған. Е. А. Лебедевич аймақтық басылымдар материалдары негізінде жаңа қоғамдық-саяси атауларды жасауда журналдар мен қысқартудың аса өнімді тәсілдер екенін көрсетеді, бұл медиа тілінің сөздік құрамды жаңартудағы белсенді рөлін айқындайды (Лебедевич, 2023).

Келесі зерттеулерде қазақ, орыс және ағылшын тілдері материалдары негізінде «authority» және «politics» ұғымдарын кешенді түрде зерттеп, қоғамдық-саяси лексиканың тілдік сана мен ұлттық мәдениетке тәуелді екенін көрсетеді. Авторлар медиа және публицистикалық мәтіндерде «politics» ұғымының семантикалық кеңеюге ұшырап, әртүрлі қоғамдық қызмет салаларын білдіретін эмбебап терминге айналғанын атап өтеді (Sadirova et al., 2023). Зерттеу нәтижелері қоғамдық-саяси лексиканың ұлттық тілдік санада әртүрлі бағалауыш және мәдени реңкке ие болатынын көрсетеді. Ассоциативтік эксперимент қазақ, орыс және ағылшын тілдеріндегі саяси ұғымдардың мәдени-ұлттық ерекшеліктерін айқындап, олардың қабылдануындағы айырмашылықтарды дәлелдейді.

Қорытындылай келе, ғылыми еңбектерді талдау қоғамдық-саяси лексиканың әлеуметтік, саяси, тарихи және мәдени факторлардың ықпалымен қалыптасатын, көпқабатты әрі динамикалық жүйе екенін және оның ең алдымен БАҚ-та жүзеге асатынын көрсетеді. Зерттеулердің молдығына қарамастан, қоғамдық-саяси лексиканы ұлттық медиа кеңістікте, соның ішінде қазіргі

қазақстандық БАҚ материалдары негізінде кешенді түрде зерделеу қажеттілігі сақталып отыр, бұл мәселе осы ғылыми мақаланың өзектілігін айқындайды.

Зерттеу жұмысының бастапқы кезеңінде қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндердегі қолданысын сипаттайтын ғылыми еңбектерге шолу жасалып, тақырыптың теориялық негіздері анықталды. Әдебиетке шолу жасау барысында қоғамдық-саяси лексика, медиадискурс, функционалдық лингвистика және медиа салаларындағы отандық және шетелдік зерттеулер талданып, зерттеудің концептуалдық бағыты анықталды. Теориялық талдау барысында қоғамдық-саяси лексиканы медиамәтін контекстінде тек тілдік бірлік ретінде ғана емес, әлеуметтік және идеологиялық мәнге ие дискурстық құрал ретінде де қарастыру қажеттілігі айқындалды.

Зерттеудің эмпирикалық материалы ретінде 2023–2025 жылдар аралығында республикалық деңгейде жарық көретін «Егемен Қазақстан», «Айқын» және «Жас Алаш» газеттерінен іріктелген 383 қоғамдық-саяси бағыттағы мақала алынды. Аталған басылымдар Қазақстанның ақпараттық кеңістігіндегі ресми, қоғамдық-сыншыл және аралас бағытты көрсететін ақпарат көздері ретінде таңдалып, зерттеу нысанының репрезентативтілігін қамтамасыз етті. Мақалалар негізінен жаңалық, аналитикалық материал және сұхбат жанрларын қамтиды.

Зерттеу барысында кешенді лингвистикалық әдістер жүйесі қолданылды. Негізгі әдіс ретінде контент-талдау тәсілі пайдаланылып, қоғамдық-саяси лексиканың жиілік көрсеткіштері, қайталану деңгейі және мәтін ішіндегі таралу ерекшеліктері айқындалды. Лексемалардың сандық көрсеткіштерін анықтау үшін Voyant Tools бағдарламасы қолданылды. Бұл құрал арқылы жиі кездесетін сөздер, тұрақты тіркестер мен басым лексемалар анықталып, олардың әр газеттегі қолданыс ерекшеліктері салыстырылды.

Контент-анализ нәтижелерін терең ашу мақсатында семантикалық және концепт анализ тәсілдері қолданылды. Бұл әдістер қоғамдық-саяси лексиканың мағыналық өрістерін, негізгі концепттерді және олардың медиамәтіндерде көрініс табу ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік берді. Семантикалық талдау жасау барысында лексемалардың мәтін ішіндегі мағыналық байланысы, бағалауыш сипаты және контекстік қызметі қарастырылса, концептуалдық талдау қоғамдық-саяси дискурста қалыптасатын база-

лық концепттердің тілдік көрінісін сипаттауға бағытталды.

Зерттеу барысында сонымен қатар, дискурс-анализ тәсілі қолданылды. Бұл әдіс арқылы қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндегі прагматикалық қызметі, билік пен қоғам арасындағы қатынастарды бейнелеудегі рөлі, сондай-ақ редакциялық саясат пен идеологиялық ұстанымның тілдік көрінісі талданды. Дискурстық талдау медиамәтіндерде қоғамдық-саяси лексиканың қандай стратегиялар арқылы қолданылатынын, оқырман санасына ықпал ету тетіктерін және мәтіннің бағытын анықтауға мүмкіндік берді.

Зерттеудің барлық кезеңінде әртүрлі басылымдарда қолданылған қоғамдық-саяси лексиканың функционалдық айырмашылықтарына мән берілді. Бұл тәсіл «Егемен Қазақстан» мен «Айқын» газеттеріндегі ресми дискурс пен «Жас Алаш» газетіндегі сыншыл дискурстың тілдік ерекшеліктерін салыстыруға жағдай жасады. Баслымдардағы лексемалардың функциясын салыстыру нәтижесінде қоғамдық-саяси лексиканың қолданылу жиілігі мен функционалдық жүктемесі басылымның идеологиялық бағытына тәуелді екені анықталды.

Ғылыми мақаланың ерекшелігі – қоғамдық-саяси лексиканы сандық (жиілік, қайталану) және сапалық (мағыналық, дискурстық) тұрғыдан біртұтас жүйеде қарастыруында. Нәтижесінде қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндердегі ақпараттық, бағалауыш, идеологиялық және прагматикалық қызметтеріне кешенді түрде талдау жасалды. Бұл әдіснамалық тәсіл зерттеу нәтижелерінің ғылыми негізділігін арттырып, қазіргі қазақстандық медиамәтіндердегі қоғамдық-саяси лексиканың рөлін жан-жақты ашуға мүмкіндік береді.

Нәтижелер және талқылау

Қоғамдық-саяси лексика қазіргі медиакөңістікте ерекше белсенді қолданысқа ие тілдік қабат ретінде сипатталады. Зерттеушілердің пікірінше, қоғамдық-саяси лексика мемлекеттік басқару, саясат, экономика және қоғам дамуы үдерістерімен тікелей байланысты ұғымдар мен атауларды қамтиды және ол жалпы халыққа түсінікті, кең қолданыстағы лексика.

Қоғамдық-саяси лексиканың басты ерекшеліктерінің бірі – оның тарихи-әлеуметтік шарттылығы. Қоғамдағы саяси және экономикалық өзгерістер жаңа атаулардың пайда болуына, кейбір лексемалардың көнеруіне немесе тарихи си-

пат алуына ықпал етеді. Осы тұрғыдан алғанда, аталмыш лексика қоғам дамуының тілдегі көрінісі ретінде танылады (Ихсан, 2014).

Публицистикалық дискурс аясында қоғамдық-саяси лексиканы арнайы зерттеген Н.Гейко бұл лексикалық қабаттың бұқаралық ақпарат құралдарында ерекше қызмет атқаратынын атап өтеді. Ғалымның зерттеуі бойынша, қоғамдық-саяси лексика – қоғамдық, саяси және әлеуметтік өмірге қатысты ұғымдарды білдіретін, идеологиямен тығыз байланысты және негізінен публицистикалық стильде қызмет ететін сөздер жиынтығы.

Н.Гейко қоғамдық-саяси лексиканың маңызды белгілері ретінде оның әлеуметтік-бағалауыштық сипатын және идеологиялануын атайды. Зерттеушінің пікірінше, мұндай лексика тек ақпарат беріп қана қоймай, адресаттың белгілі бір құбылысқа деген көзқарасын қалыптастыруға ықпал етеді. Сондықтан қоғамдық-саяси лексика медиамәтінде бейтарап емес, бағалау мен қатынасты білдіретін құрал ретінде көрінеді (Гейко, 2013).

Ғалымдардың тұжырымдауына, қоғамдық-саяси лексика газет жанрларында – хабар, мақала, шолу, сараптамалық материалдарда жиі кездеседі. Бұл лексикалық бірліктер қоғамдағы әлеуметтік-саяси өзгерістерді тілдік деңгейде бейнелеп, оқырманға белгілі бір ақпараттық әрі бағалауыштық бағдар береді. Осы арқылы қоғамдық-саяси лексика мерзімді баспасөздің коммуникативтік мақсатына қызмет етеді.

Осы және өзге де ғылыми тұжырымдарға сүйене отырып, зерттеудің нәтижелер мен талқылама бөлімінде қоғамдық-саяси лексиканың 2023–2025 жылдары жарық көрген республикалық «Егемен Қазақстан», «Жас Алаш» және «Айқын» газеттері медиамәтіндеріндегі семантикалық, функционалдық және дискурстық ерекшеліктері нақты тілдік деректер арқылы қарастырылады. Аталған талдау қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтін құрылымындағы рөлін айқындап, оның ақпараттық, идеологиялық және прагматикалық қызметтерін жүйелі түрде сипаттауға мүмкіндік береді.

2023–2025 жылдар аралығында қазақстандық мерзімді басылымдарда жарияланған материалдарға жүргізілген контент-анализ қоғамдық-саяси лексиканың құрылымдық, семантикалық және функционалдық тұрғыдан ерекше белсенді екенін көрсетті. Талдау барысында сандық жиілік көрсеткіштері мен сапалық интерпретация әдістері қатар қолданылды.

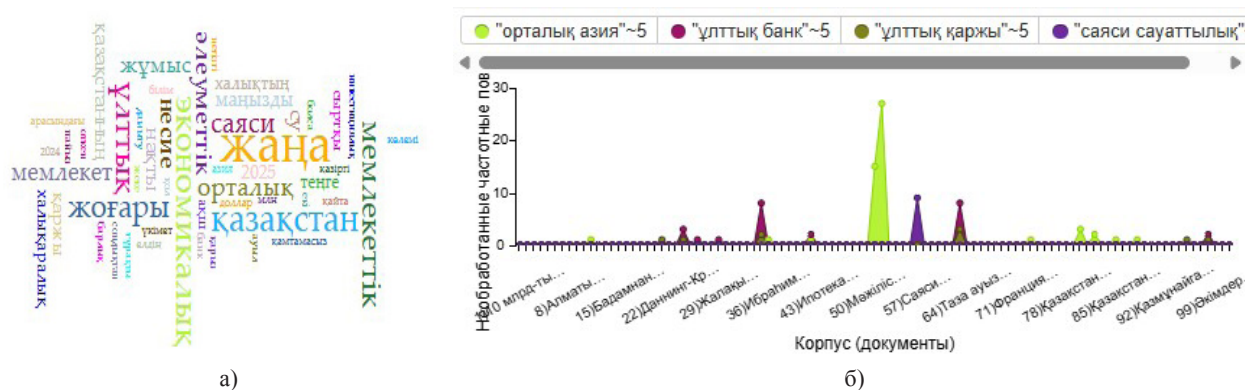
Сөзтіркестік (коллокациялық) талдау қоғамдық-саяси лексиканың дайын модельдер арқылы қолданылатынын айқындады. «Мемлекет басшысы тапсырды», «ұлттық экономика», «жұмыс орындарын құру», «маңызды рөл атқарады»,

«халықаралық қауымдастық» сияқты тіркестер мәтіндерде жиі қайтланады. Мұндай тіркестер мәтіннің институционалдық сипатын күшейтіп, билік субъектілерінің әрекетін заңды әрі табиғи құбылыс ретінде көрсетуге қызмет етеді.

3-сурет

а) «Жас Алаш» газетіндегі сөздердің қолданыс жиілігі;

б) «Жас Алаш» газетіндегі сөз тіркестерінің қолданыс жиілігі



Ескертпе: деректерді жүргізілген контент-талдау нәтижелері негізінде авторлар әзірлеген

Word cloud нәтижелері бағалауыш лексиканың айтарлықтай үлеске ие екенін көрсетті. «Маңызды», «жоғары», «тиімді», «қажет» секілді сөздер ақпаратты тек хабарлау мақсатында емес, оқырман санасында белгілі бір интерпретациялық бағыт қалыптастыру үшін де қолданылады. Бұл қоғамдық-саяси медиамәтіндердің прагматикалық сипатын айқындайды.

Функционалдық тұрғыдан қоғамдық-саяси лексика бірнеше қызмет атқарады. Бірінші, номинациялық функция – саяси институттар мен әлеуметтік акторларды атау арқылы қоғамдық кеңістікті құрылымдайды. Екінші, идеологиялық функция – ұлттық, мемлекеттік құндылықтарды бекітіп, ресми дискурсты тұрақтандырады. Үшінші, бағалауыш функция – оқиғалар мен процестерге нормативтік баға береді. Төртінші, мобилизациялық функция – қоғамды әрекетке, қолдауға немесе қатысуға бағыттайды.

Салыстырмалы талдау нәтижелері қоғамдық-саяси лексиканың қолданылуы басылымның идеологиялық бағытына тікелей тәуелді екенін көрсетті. Ресми сипаттағы БАҚ-та институционалдық және әкімшілік лексика басым келеді. Мұндай мәтіндерде президент, мемлекет, ұлттық стратегия, даму, тұрақтылық сияқты ұғымдар жиі қолданылып, дискурс позитивті және

бейтарап реңкте құрылады. Бұл басылымдарда қоғамдық-саяси лексика негізінен заңдастыру функциясын атқарады.

Ал қоғамдық-сыншыл бағыттағы басылымда («Жас Алаш») әлеуметтік-экономикалық және проблемалық лексика жиі кездеседі. «Жұмыс», «әлеуметтік жағдай», «экономикалық қиындық», «саяси сауаттылық» секілді бірліктер мәтіннің негізгі семантикалық өрісін құрайды. Бағалауыш лексикада сыншыл, кей жағдайда күмән тудыратын реңк байқалады. Бұл медиамәтіндерде қоғамдық-саяси лексика мәселе қою және қоғамдық пікірді қозғау құралы ретінде қызмет етеді.

Уақыттық салыстыру қоғамдық-саяси лексиканың динамикалық сипатқа ие екенін көрсетті. 2023 жылы жарық көрген материалдарда институционалдық тұрақтылық пен президенттік дискурс басым болса, 2024 жылы жарық көрген материалдарда әлеуметтік-экономикалық мәселелер алдыңғы қатарға шыққан. 2025 жылғы материалдарда халықаралық, экономикалық және реформалық лексика жиілігінің артуы байқалады. Бұл өзгерістер медиадискурстың әлеуметтік-саяси жағдайларға икемделуін көрсетеді.

Жүргізілген контент және салыстырмалы анализ 2023–2025 жылдардағы қазақстандық га-

зет материалдарында қоғамдық-саяси лексиканың көпқабатты және көпфункционалды сипатқа ие екенін дәлелдеді. Ол тек ақпарат жеткізу құралы емес, сонымен қатар қоғамдық пікір қалыптастыру, саяси үдерістерді легитимациялау және әлеуметтік шындықты пайымдау тетігі ретінде қолданылады.

Қоғамдық-саяси лексиканың жиілік, сөзтіркестік және бағалауыш ерекшеліктері медиамәтіндердің прагматикалық және идеологиялық табиғатын айқындайды. Басылымдар арасындағы айырмашылықтар медиадискурстың біртекті емес екенін және әр газет өз аудиториясына сәйкес функционалдық модельдерді қолданатынын көрсетеді.

Бұл зерттеу нәтижелері қоғамдық-саяси лексиканы қазіргі медиатілдің негізгі құрылымдық элементі ретінде қарастыруға және болашақ дискурстық зерттеулерге теориялық-тәжірибелік негіз бола алады.

2023–2025 жылдар аралығындағы қазақстандық газеттердің медиамәтіндеріне жүргізілген семантикалық анализ қоғамдық-саяси лексиканың мағыналық тұрғыдан бір орталыққа шоғырланғанын, бірақ сонымен қатар бірнеше өзара байланысты семантикалық өрістерді қалыптастыратынын көрсетті. Зерттеу барысында алынған жиілік графиктері мен сөз бұлттары (word cloud) медиадискурста белгілі бір семантикалық доминанталардың тұрақты түрде қайта өндірілуін айқын байқатады.

Ең алдымен, «Қазақстан» лексемасы медиамәтіндердің семантикалық ядросы ретінде көрінеді. Бұл сөз тек географиялық немесе номинативтік атау ретінде ғана емес, кең мағыналық кешенді білдіретін концепт деңгейіне көтерілген. Word cloud деректерінде «Қазақстан» сөзі «ұлттық», «мемлекеттік», «экономикалық», «халықаралық», «саяси» сияқты лексемалармен тығыз байланыста қолданылып, елді тұтас әлеуметтік-саяси организм ретінде бейнелейді. Осы арқылы БАҚ материалдарында мемлекет образы абстрактілі ұғым емес, нақты әрекет етуші субъект ретінде беріледі.

Семантикалық тұрғыдан екінші маңызды өріс – билік және басқару семантикасы. «Президент», «мемлекет басшысы», «мемлекеттік», «ұлттық банк», «ұлттық қор» сияқты бірліктер жиілік графиктерінде тұрақты түрде жоғары көрсеткішке ие. Бұл лексемалар көбінесе «тапсырды», «атап өтті», «іске асыру», «қамтамасыз ету» етістіктерімен тіркесіп, билікті белсенді, бастамашы субъект ретінде сипаттайды. Мұндай

семантикалық құрылым медиадискурста басқару процесін табиғи және заңды құбылыс ретінде көрсетуге қызмет етеді.

Үшінші семантикалық өріс – әлеуметтік-экономикалық мағына өрісі. «Жұмыс», «жұмыс істеу», «экономикалық», «даму», «реформа», «қамтамасыз ету» лексемалары 2023–2025 жылдары айқын семантикалық белсенділік танытады. Графиктерде «жұмыс» лексемасының «жұмыс орындары», «жұмыс істеу», «жұмыспен қамту» тіркестері арқылы жиі қайталануы медиамәтіндердің әлеуметтік мәселелерге бағытталғанын көрсетеді. Бұл жерде «жұмыс» ұғымы тек еңбек әрекетін емес, әлеуметтік тұрақтылық пен әл-ауқаттың семантикалық индикаторы ретінде көрінеді.

Бағалауыш семантика да газет материалдарында ерекше орын алады. «Маңызды», «жоғары», «тиімді», «өзекті» сияқты сөздер ақпараттық мазмұнды күшейтіп қана қоймай, оқырманға белгілі бір интерпретациялық бағыт ұсынады. Семантикалық тұрғыдан бұл лексемалар нейтралды сипатта көрінгенімен, дискурстық контексте олар нормативтік және идеологиялық мағына жүктейді. Мысалы, «маңызды рөл», «жоғары деңгей», «тиімді шаралар» тіркестері қоғамдық-саяси шешімдердің дұрыс әрі қажетті екендігін семантикалық тұрғыдан бекітеді.

Соңғы семантикалық өріс – халықаралық қатынастар семантикасы. «Халықаралық», «әлем», «орталық Азия», «қоғамдастық» сияқты лексемалар Қазақстанды жаһандық кеңістіктің белсенді қатысушысы ретінде сипаттайды. Бұл лексика елдің сыртқы саяси имиджін қалыптастыратын маңызды семантикалық құралға айналған.

Семантикалық талдау мәтіндегі лексикалық бірліктердің жалаң сандық көрсеткішін ғана емес, олардың қандай мағыналық өрісте және қандай дискурстық мақсатта қолданылғанын анықтауға мүмкіндік береді.

Талдау нәтижелері барлық үш басылымда да «Қазақстан» лексемасының орталық концепт рөлін атқаратынын көрсетті. Алайда бұл концепт әр газетте әртүрлі мағыналық компоненттермен байланысады. «Егемен Қазақстан» медиамәтіндерінде «мемлекет», «президент», «ұлттық қор», «мемлекеттік саясат» сияқты лексемалар жиі қолданылып, қоғамдық-саяси мазмұн институционалдық және билікке бағытталған тұрғыда беріледі. Бұл басылымда семантикалық тұрғыдан мемлекет пен билік субъектілерінің жетекші рөлі айқын көрінеді, ал қоғамдық процестер кө-

біне жоғарыдан төмен қарай сипатталады. Мұндай лексикалық таңдау мемлекетке негізделген дискурстың қалыптасқанын көрсетеді.

«Жас Алаш» газеті мәтіндерінде қоғамдық-саяси лексика әлеуметтік мәселелермен тығыз байланыста қолданылады. «Жұмыс», «халық», «қоғам», «маңызды», «саяси» сияқты сөздер саясатты күнделікті өмірмен және әлеуметтік мәселелермен ұштастырады. Бұл басылымда семантикалық екпін билік институттарына емес, қоғам мүшелеріне, олардың әлеуметтік жағдайына және еңбек мәселесіне түседі. Соның нәтижесінде қоғамдық-саяси лексика сыншыл және проблематизацияланған мағынада көрініс табады.

Ал «Айқын» газетінде қоғамдық-саяси лексика ресми-саяси жаңалықтарды берумен қатар, экономикалық категориялар арқылы да жүйеленеді. «Экономикалық», «ұлттық банк», «қаржы», «даму», «орталық Азия» сияқты лексемалардың жиілігі бұл басылымда саясаттың экономикалық тиімділік және қаржылық тұрақтылық тұрғысынан интерпретацияланатынын көрсетеді. Мұнда қоғамдық-саяси дискурс прагматикалық және рационал сипатқа ие болып, экономикалық фактор негізгі түсіндіру тетігі ретінде қолданылады.

Осы айырмашылықтарды жүйелеу мақсатында қоғамдық-саяси лексика үш басылымда атқаратын семантикалық функциясына қарай салыстырмалы түрде төмендегі кестеде көрсетілді.

1-кесте

Қазақстандық баспасөздегі қоғамдық-саяси лексиканың семантикалық доминанттары

Семантикалық параметр	«Егемен Қазақстан»	«Жас Алаш»	«Айқын»
Басылымның негізгі бағыты	Мемлекеттік орталық	Әлеуметтік-сыншыл	Ресми, экономикалық, прагматикалық
Негізгі субъект	Мемлекет, президент	Халық, қоғам	Саяси институттар, экономикалық институттар
Қоғамдық-саяси лексиканың функциясы	Билікті легитимациялау	Әлеуметтік проблеманы көтеру	Саяси-экономикалық түсіндіру
Басым семантикалық өріс	Билік және басқару	Әлеуметтік қатынастар	Саяси-әлеуметтік, экономика және қаржы
Дискурстық интонация	Ресми институционал	Сыншыл, проблематикалық	Аналитикалық, рационал

Ескертпе: деректерді жүргізілген контент-талдау нәтижелері негізінде авторлар өзiрлеген

Кестеде көрсетілгендей, қоғамдық-саяси лексика қазақстандық медиада біртекті семантикалық жүйе ретінде емес, әр басылымның идеологиялық бағыты мен тақырыптық басымдықтарына сәйкес әр түрлі мағыналық функция атқарады. Бұл медиадискурста қоғамдық-саяси лексиканың тек ақпараттық құрал емес, сонымен бірге, мағына қалыптастыратын, интерпретация жасайтын және қоғамдық сананы бағыттайтын маңызды тілдік тетік екенін дәлелдейді.

Семантикалық деректер негізінде жүргізілген концептуалдық анализ медиамәтіндерде бірнеше базалық концептің жүйелі түрде қалыптасатынын көрсетті. Бұл концепттер бір-бірімен иерархиялық және мағыналық тұрғыдан тығыз байланыста.

Негізгі концепт – «Қазақстан». Ол макроконцепт ретінде барлық өзге концепттерді біріктіреді. Бұл концепт ұлттық бірегейлік, мемлекеттік тұрақтылық және стратегиялық даму идеялары-

мен астасып жатыр. Талданған газет материалдарында «Қазақстан» концептісі көбінесе позитивті, динамикалық, болашаққа бағытталған образда беріледі.

Екінші ірі концепт – «Билік». Бұл концепт «президент», «мемлекет басшысы», «мемлекеттік саясат» сияқты лексемалар арқылы жүзеге асады. Концептуалдық деңгейде билік бастамашы, реттеуші және жауапты субъект ретінде репрезентацияланады. Мұнда билік пен қоғам арасындағы қатынас көбінесе иерархиялық, бірақ қамқорлық сипатында көрінеді.

Үшінші концепт – «Халық». «Қазақстан халқы», «азаматтар», «қоғам» сияқты тіркестер арқылы берілетін бұл концепт билік концептісімен тығыз байланыста қарастырылады. Алайда, семантикалық талдау көрсеткендей, «халық» көбіне пассивті қабылдаушы, саясаттың объектісі ретінде сипатталады. Бұл медиадискурстың вертикальды құрылымын көрсетеді.

Төртінші концепт – «Еңбек және даму». «Жұмыс», «экономикалық даму», «реформа» лексемалары арқылы қалыптасатын бұл концепт қоғамның болашаққа ұмтылысын білдіреді. Мұнда еңбек тек экономикалық категория емес, әлеуметтік құндылық ретінде концептуалданады.

Соңғы маңызды концепт – «Маңыздылық». Бағалауыш лексика арқылы жүзеге асатын бұл концепт медиамәтіндердің интерпретациялық сипатын күшейтеді. Қандай құбылыс маңызды, қандай бағыт басым екені мәтін арқылы алдын ала белгіленіп отырады.

Жүргізілген семантикалық және концептуалдық анализ 2023–2025 жылдардағы қазақстандық газеттер медиамәтіндерінде қоғамдық-саяси лексиканың көпдеңгейлі мағыналық жүйе құрайтынын дәлелдеді. Бұл лексика нақты ақпарат жеткізумен қатар, мемлекет, билік, қоғам және даму туралы тұтас концептуалдық модель қалыптастырады.

Мақалаларда «Қазақстан» макроконцептісі айналасында билік, халық, еңбек және маңыздылық концепттері топтасып, ресми және қоғамдық дискурстың семантикалық негізін құрайды. Осылайша, қоғамдық-саяси лексика қазіргі медиатілде идеологиялық, интерпретациялық және бағдарлаушы қызметтерін қатар атқаратын негізгі құрал ретінде көрінеді.

2023–2025 жылдар аралығындағы қазақстандық газеттер медиамәтіндеріне жүргізілген дискурс-анализ қоғамдық-саяси лексиканың тек мағыналық немесе жиілік деңгейінде ғана емес, билік, идеология және әлеуметтік қатынастарды ұйымдастыратын дискурстық механизм ретінде қызмет ететінін көрсетті. Талдау барысында қоғамдық-саяси лексика мәтін ішіндегі семантикалық бірлік ретінде емес, кең әлеуметтік-саяси контексті құраушы құрал ретінде қарастырылды.

Жиілік графиктері мен коллокациялық модельдер медиамәтіндерде тұрақты түрде қайталанатын дискурстық формулалардың бар екенін айқын көрсетеді. «Қазақстан президенті», «мемлекет басшысы», «Қазақстан халқы», «маңызды рөл», «жұмыс істеу», «іске асыру» сияқты тіркестер дискурстың құрылымдық қаңқасын құрайды. Бұл тіркестер кездейсоқ қолданыс емес, институционалдық дискурстың қалыптасқан үлгілері болып табылады.

Дискурс-анализ нәтижелері газет материалдарында билік субъектісі айқын орталықтандырылғанын көрсетеді. «Президент», «мемлекет басшысы» лексемалары ең жиі қолданылатын

бірліктердің қатарында болып, көбінесе белсенді етістіктермен тіркеседі: «тапсырды», «атап өтті», «жүктеді», «іске асыруды тапсырды». Мұндай дискурстық құрылым билікті әрекет етуші, шешім қабылдаушы және процестерді басқарушы негізгі ұйым ретінде көрсетеді.

Бұл жерде дискурс иерархиялық сипат алады: билік – бастамашы, қоғам – қабылдаушы. «Қазақстан халқы» тіркесі жиі қолданылғанымен, ол көбінесе дискурстың пассивті қатысушысы ретінде беріледі. Халыққа қатысты етістіктердің басым бөлігі қабылдау, қолдау, қатысу сияқты әрекеттерді білдіреді. Осылайша, медиадискурста билік пен халық арасындағы қатынас асимметриялық модельде құрылады.

Медиамәтіндердегі қоғамдық-саяси лексика идеологиялық дискурстың негізгі құралы ретінде қызмет етеді. «Ұлттық», «мемлекеттік», «стратегиялық», «маңызды» сияқты бағалауыш және идеологиялық маркерлер биліктік шешімдерді заңды, қажетті және сөзсіз құбылыс ретінде көрсетуге бағытталған. «Маңызды рөл атқарады», «жоғары деңгейде», «тиімді жүзеге асырылады» тәрізді тіркестер мәтінде аргумент ретінде емес, дайын аксиома ретінде беріледі.

Дискурстық тұрғыдан бұл – легитимация стратегиясының көрінісі. Мәтіндерде альтернативті көзқарастар немесе күмән тудыратын бағалар сирек кездеседі, бұл ресми бағыттағы медиадискурстың монологтық сипатын көрсетеді. Билікке қатысты ақпараттар көбінесе нормативтік дискурс аясында беріледі, яғни «қалай болуы керек» деген үлгі алдыңғы қатарға шығады.

2023–2025 жылдардағы мәтіндерде әлеуметтік-экономикалық дискурстың күшейгені анық байқалады. «Жұмыс», «жұмыс істеу», «экономикалық даму», «жұмыспен қамту» лексемалары жиілік жағынан да, дискурстық салмақ тұрғысынан да маңызды орын алады. Бұл лексика көбінесе мемлекет пен билік әрекеттерінің нәтижесі ретінде көрсетіледі: жұмыс орындары «құрылады», экономика «дамиды», реформалар «іске асырылады». Осы дискурста әлеуметтік мәселелер көбінесе басқарылатын, шешімі бар процестер ретінде көрсетіледі. Проблемалық жағдайдың себептері сирек талданып, оның орнына шешім мен нәтиже дискурсы басым болады. Бұл медиадискурстың оптимистік және басқарушылық реңкін күшейтеді.

Word cloud және жиілік графиктері «халықаралық», «әлем», «Орталық Азия», «қоғамдастық» сияқты лексемалардың тұрақты қолданылатынын көрсетті. Бұл дискурстық өріс Қазақстанды жаһандық кеңістікте белсенді, бе-

делді және жауапты актор ретінде көрсетуге бағытталған. Халықаралық дискурста бағалауыш лексика әсіресе жоғары деңгейде қолданылады, бұл елдің сыртқы саяси имиджін позитивті тұрғыда қалыптастыруға қызмет етеді.

Ресми бағыттағы газеттерде дискурс институционалды, реттелген және нормативтік сипатта құрылады. Ал қоғамдық-сыншыл бағыттағы басылымдарда (мысалы, әлеуметтік-экономикалық мәселелерді көтеретін мәтіндерде) дискурста мәселе көтеру элементтері көбірек байқалады. Мұнда қоғамдық-саяси лексика тек заңдастыру құралы емес, әлеуметтік шиеленістерді көрсету амалы ретінде қолданылады. Дегенмен, жалпы медиакөңістікте ресми дискурс басымдыққа ие.

Жүргізілген дискурс-анализ 2023–2025 жылдардағы қазақстандық газеттер медиамәтінде рінде қоғамдық-саяси лексика билік, идеология және әлеуметтік қатынастарды ұйымдастыратын негізгі дискурстық құрал екенін көрсетті. Бұл лексика арқылы медиамәтіндерде орталықтандырылған билік моделі, иерархиялық әлеуметтік құрылым және басқарылатын қоғам бейнесі қалыптастырылады.

Қоғамдық-саяси лексика медиадискурста тек ақпарат жеткізу қызметін атқармай, саяси шындықты қалыптастыратын, оқырман санасына белгілі бір тұжырымды бекітетін маңызды тетік ретінде көрінеді. Осы тұрғыдан алғанда, қазіргі қазақстандық газеттердің тілі қоғамдық-саяси дискурстың институционалды және идеологиялық сипатын айқын бейнелейді.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеу нәтижелерінің барысында бүгінгі қазақстандық ақпарат кеңістігінде қоғамдық-саяси лексиканың қолданысы тұрақты әрі жүйелі сипатқа ие екенін анықталды. Алайда, оның функционалдык жүктемесі әрбір басылымның редакциялық саясаты мен дискурстық бағытына тікелей тәуелді екенін көрсетті. 2023–2025 жылдар аралығында жарық көрген «Егемен Қазақстан», «Айқын» және «Жас Алаш» газеттерінің материалдары негізінде жүргізілген талдау қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндерде тек ақпараттық қызмет атқарумен шектелмей, бағалауыш, идеологиялық және прагматикалық функцияларды қатар жүзеге асыратынын дәлелдеді.

Зерттеу аясында қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндегі қолданысы арқылы билік,

қоғам және мемлекет арасындағы қатынастардың тілдік деңгейде құрылатыны анықталды. Қоғамдық-саяси лексемалар медиамәтіндерде белгілі бір оқиғаға немесе құбылысқа баға беріп қана қоймай, оқырманның әлеуметтік-саяси шындықты қабылдауына ықпал етеді. Бұл әсіресе бағалауыш компоненттері бар лексемалардың жиі қолданылуынан және олардың контекстік рөлінен айқын байқалады.

Voyant Tools бағдарламасының көмегімен алынған деректер қоғамдық-саяси лексиканың мәтін ішіндегі жиілік көрсеткіштерін нақтылап, оның әртүрлі бағыттағы басылымдарда таралу ерекшеліктерін салыстыруға мүмкіндік берді. Сандық талдау нәтижелері семантикалық, концептуалдық және дискурс-анализ тәсілдерімен ұштастырылып, қоғамдық-саяси лексиканың медиамәтіндегі нақты функционалдык қызметі тереңірек ашылды. Бұл тәсіл қоғамдық-саяси лексиканы тек тілдік бірлік ретінде емес, медиадискурстың жүйе құраушы элементі ретінде қарастыруға негіз болды.

Зерттеу нәтижелері ресми бағыттағы басылымдарда қоғамдық-саяси лексиканың көбінесе нормативтік дискурс аясында қолданылатынын, ал қоғамдық-сыншыл бағыттағы газеттерде бұл лексиканың проблемаландыру және бағалау функциялары басым болатынын көрсетті. Мұндай айырмашылықтар медиамәтіндердің идеологиялық сипаты мен ақпаратты ұсыну саясатының тілдік деңгейде қалай көрініс табатынын айқындайды.

Қоғамдық-саяси лексика қазіргі қазақстандық медиамәтіндердің мазмұндық және дискурстық өзегін құрайтын маңызды тілдік қабат болып табылады. Оны ғылыми тұрғыда кешенді зерттеу медиалингвистика саласындағы өзекті мәселелерді тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Алынған нәтижелер газет материалдарын талдау, журналистік тіл мәдениетін жетілдіру және қоғамдық пікір қалыптастыру тетіктерін зерттеу бағыттарындағы болашақ ғылыми жұмыстар үшін теориялық және әдіснамалық негіз бола алады.

Аталмыш тақырып аясында болашақта бірнеше бағытта зерттеу жүргізу өзекті. Біріншіден, қоғамдық-саяси лексиканы әртүрлі медиалатформаларда (дәстүрлі БАҚ, онлайн медиа, әлеуметтік желілер) салыстырмалы түрде талдау арқылы олардың тілдік және функционалдык ерекшеліктерін анықтауға болады.

Екіншіден, қоғамдық-саяси лексиканың прагматикалық және манипулятивтік қырларын

зерттеу, яғни сөздердің аудиторияға психологиялық әсер ету тетіктерін ашу. Үшіншіден көптілді ақпараттық ортада (қазақ, орыс ағылшын) қоғамдық-саяси лексиканың қолданысын салыстыра зерттеу, сол арқылы ұлттық және мәдени ерекшеліктерді анықтау.

Лингвистикалық зерттеу әдістерін пайдалану арқылы қоғамдық-саяси лексиканың жиілігін, контекстік қолданысын және семантикалық өзгерістерін кешенді түрде зерттеу болашақ ғылыми ізденістер үшін маңызды бағыттардың бірі болып табылады.

Авторлардың үлесі:

А.Р. Мұханбетжанова – хат-хабар авторы, зерттеу жүргізу, ғылыми аппаратты басқару, қолданылған деректерді талдау, талапқа сай рәсімдеу.

С.Е. Тапанова – зерттеудің мақсатын анықтау, жалпы деректерді сұрыптау, редакциялау.

Әдебиеттер

Bekmatov, B. D. (2024). Peculiarities of socio-political lexical activity in language. *Modern American Journal of Linguistics, Education, and Pedagogy*, 1(3), 508-512. <https://usajournals.org/index.php/6/article/view/553>

Bokayev, B., Nauryzbek, M., Baktiyarova, G., & Balmanova, A. (2022). The voice of social and mass media in transforming political appointees' reputations: Cases from Kazakhstan. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 27(2), Article

Gapparov, A. (2023). Socio-political lexicon as a product of complex development. *International Scientific Journal Theoretical & Applied Science*, 120(4). <https://doi.org/10.15863/TAS> ISSN 2308-4944 (Print), ISSN 2409-0085 (Online)

Kinfu, Z. T., & Fadeeva, A. A. (2020). Functional traits of the media space in Kazakhstan in the context of globalization. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 25(1), 168–176. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-1-168-176>

Orujova, G. M. (2022). Tendencies of change of socio-political lexicon in Persian and Azerbaijani languages. *Path of Science*, 8(6), 4011–4014. <https://doi.org/10.22178/pos.82-8>.

Poplavska, N., Struhanets, L., Dashchenko, N., Huzar, O., & Kaleniuk, S. (2021). Socio-political lexicon in Ukrainian internet-media at the beginning of the 21st century: Functioning and decoding. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*, 1(XV), 33–37.

Sadirova, K. K., Abdirova, S., Kultanbayeva, N., Yermekbayeva, G., Saduakas, N., & Zhazykova, R. B. (2023). Delving into the concepts of “authority” and “politics”: An associative word analysis in Kazakh, Russian, and English. *International Journal of Society, Culture & Language*, 11(3), 131–145. <https://doi.org/10.22034/ijsc.2022.1971917.2819>

Shevyakova, T. (2022). Image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan. *Media – Kultura – Komunikacija Spoleczna / Media – Culture – Social Communication*, (18), 41–54.

Гейко, Н. Р. (2013). Общественно-политическая лексика в публицистическом дискурсе. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, (1(292), вып. 73), 194–197.

Джиоева, В. П. (2021). Общественно-политическая лексика как основной инструмент коммуникации в общественно-политическом дискурсе. *Political Linguistics*, (3), 67–73. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_03_06

Загребельный, А. В. (2013). Лексика общественно-политической сферы русского языка начала XX века в семасиологическом и функциональном аспектах (монография). Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН.

Исхан, Б. Ж. (2014). Значение и место общественно-политической лексики в языке. *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*, (8), 116–119.

Лебедев, Е. А. (2023). Образование общественно-политической лексики СМИ западнороссийских регионов. *Гуманитарные науки. Филологические науки*, 3(68), 85–89. <https://doi.org/10.52928/2070-1608-2023-68-3-85-89>

Машинбаева, Г. Ә. (2015). Қоғамдық-саяси лексиканың бағалаушылық сипаты. *Еуразия гуманитарлық институтының хабаршысы*, (2), 274–278.

Момынова, Б. (2005). Қазақ тіліндегі қоғамдық-саяси лексика: әлеуметтік-бағалаушылық, сөзжасам. Алматы: Қазақ университеті, 140 б.

References

Bekmatov, B. D. (2024). Peculiarities of socio-political lexical activity in language. *Modern American Journal of Linguistics, Education, and Pedagogy*, 1(3), 508-512. <https://usajournals.org/index.php/6/article/view/553>

Bokayev, B., Nauryzbek, M., Baktiyarova, G., & Balmanova, A. (2022). The voice of social and mass media in transforming political appointees' reputations: Cases from Kazakhstan. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 27(2).

Dzhioeva, V. P. (2021). Obshchestvenno-politicheskaya leksika kak osnovnoi instrument kommunikatsii v obshchestvenno-politicheskom diskurse [Socio-political vocabulary as the main instrument of communication in socio-political discourse]. *Political Linguistics*, (3), 67–73. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_03_06

Gapparov, A. (2023). Socio-political lexicon as a product of complex development. *International Scientific Journal Theoretical & Applied Science*, 120(4). <https://doi.org/10.15863/TAS>

Geyko, N. R. (2013). Obshchestvenno-politicheskaya leksika v publitsisticheskom diskurse [Socio-political vocabulary in publicistic discourse]. Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie, (1(292), issue 73), 194–197.

Iskhan, B. Zh. (2014). Znachenie i mesto obshchestvenno-politicheskoy leksiki v yazyke [The role and significance of socio-political vocabulary in language]. Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy, (8), 116–119.

Kinfu, Z. T., & Fadeeva, A. A. (2020). Functional traits of the media space in Kazakhstan in the context of globalization. RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism, 25(1), 168–176. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2020-25-1-168-176>

Lebedevich, E. A. (2023). Obrazovanie obshchestvenno-politicheskoy leksiki SMI zapadnorossiyskikh regionov [Formation of socio-political vocabulary in the media of Western Russian regions]. Gumanitarnye nauki. Filologicheskie nauki, 3(68), 85–89. <https://doi.org/10.52928/2070-1608-2023-68-3-85-89>

Mashinbaeva, G. A. (2015). Qoghamdyq-sayasi leksikanyng baghalaushyq sipaty [Evaluative nature of socio-political vocabulary]. Vestnik of the Eurasian Humanities Institute, (2), 274–278.

Momynova, B. (2005). Qazaq tilindegi qogamdyq-sayasi leksika: aleumettik-bagalaushylyk, sozhasam [Socio-political vocabulary in the Kazakh language: socio-evaluative vocabulary and word formation]. Almaty: Qazaq universiteti, 140 b.

Orujova, G. M. (2022). Tendencies of change of socio-political lexicon in Persian and Azerbaijani languages. Path of Science, 8(6), 4011–4014. <https://doi.org/10.22178/pos.82-8>

Poplavskaya, N., Struhanets, L., Dashchenko, N., Huzar, O., & Kaleniuk, S. (2021). Socio-political lexicon in Ukrainian internet-media at the beginning of the 21st century: Functioning and decoding. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research, 1(XV), 33–37.

Sadirova, K. K., Abdirova, S., Kultanbayeva, N., Yermekbayeva, G., Saduakas, N., & Zhazykova, R. B. (2023). Delving into the concepts of “authority” and “politics”: An associative word analysis in Kazakh, Russian, and English. International Journal of Society, Culture & Language, 11(3), 131–145. <https://doi.org/10.22034/ijsc.2022.1971917.2819>

Shevyakova, T. (2022). Image media topics in the mass media of the Republic of Kazakhstan. Media – Kultura – Komunikacija Spoleczna / Media – Culture – Social Communication, (18), 41–54.

Zagrebelnyy, A. V. (2013). Leksika obshchestvenno-politicheskoy sfery russkogo yazyka nachala XX veka v semasiologicheskom i funktsionalnom aspektakh (monografiya) [Vocabulary of the socio-political sphere of the Russian language of the early 20th century in semasiological and functional aspects]. Vologda: Institut sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya territoriy RAN.

Авторлар туралы мәлімет:

Мұханбетжанова Айсулу Рашитқызы (корреспонденттік автор) – докторант, гуманитарлық ғылымдар магистрі, Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университетінің әлеуметтік-гуманитарлық ғылымдар факультеті журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының аға оқытушысы (Қостанай, Қазақстан, e-mail: muhamedzhanova_90@mail.ru).

Тапанова Сауле Есембековна – филология ғылымдарының докторы, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің журналистика және әлеуметтік ғылымдар факультеті баспасөз және баспа ісі кафедрасының қауымдастырылған профессоры (Астана, Қазақстан, e-mail: sauletapanova@list.ru).

Information about authors:

Mukhanbetzhanova Aisulu Rashitovna (corresponding author) – PhD doctoral student, Master of Humanities, Senior Lecturer at the Department of Journalism and Communication Management, Faculty of Social Sciences and Humanities, Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University (Kostanay, Kazakhstan, e-mail: muhamedzhanova_90@mail.ru).

Tapanova Saule Yesembekovna — Doctor of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Press and Publishing, Faculty of Journalism and Social Sciences, L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan, e-mail: sauletapanova@list.ru).

Сведения об авторах:

Мұханбетжанова Айсулу Рашитовна (автор для корреспонденции) – докторант, магистр гуманитарных наук, старший преподаватель кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента факультета социально-гуманитарных наук Костанайского регионального университета имени Ахмета Байтұрсынұлы (Костанай, Қазақстан, e-mail: muhamedzhanova_90@mail.ru);

Тапанова Сауле Есембековна – доктор филологических наук, ассоциированный профессор кафедры печати и издательского дела факультета журналистики и социальных наук Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилёва (Астана, Қазақстан, e-mail: sauletapanova@list.ru).

Келіп түсті: 15 желтоқсан 2025 жыл
Қабылданды: 27 ақпан 2026 жыл