

YEAR : 2016 VOL : 1

AL FARABI



INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Editor
Prof.Dr. Salih OZTURK



IKSAD
REPUBLIC OF TURKEY





AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com





AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Generic Page

Year:1 Volume: 1

Publication Date: 28th December 2016

Editor

Prof.Dr. Salih OZTURK

Assitant Editors

Erdem HILAL

Aysegul MENGILLI

WU Yicheng

Nikolai BELYAKOV

Al Farabi International Journal on Social Sciences is a referred scientific journal published four times a year. Our main goal is to facilitate communication and open discussion between scholars, researchers and practitioners interested in social and economic sciences. To provide the academic community immediate access to the latest results of scientific research, we publish open access academic journals and conference proceedings. The articles are thus freely accessible to wide academic audience through web search engines like Google Scholar and other that index full texts of scholarly literature. We accept just original distinguished papers which contribute on science.



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

ADMINISTRATION

Prof. Dr. Salih OZTURK	<i>Editor</i>
Prof. Dr. Zharkyn SULEIMANOVA	<i>Member of Board</i>
Erdem Hilal	<i>Assistant Editor</i>
Mustafa Latif EMEK	<i>Concession Holder</i>
Prof.Dr. Guljehan HACIEVA	<i>Member of Board</i>
WU Yicheng	<i>Member of Board</i>
Jennifer STEAWARD	<i>Member of Board</i>
Aysegul MENGILLI	<i>Member of Board</i>
Nikolai BELYAKOV	<i>Member of Board</i>
Maha Hamdan ALANAZI	<i>Member of Board</i>
Firuz FEVZI	<i>Member of Board</i>



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

SCIENCE COMMITTEE






















Dr.	A.S. KISTAUBAYEVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Abdikalik KUNIMJAN	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Adil AKINCI	Kırklareli University	
Dr.	Alma T. AKAJANOVA	Abai Kazakh National University	
Dr.	Ali DUYMAZ	Balikesir University	
Dr.	Alia R. MASALIMOVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Amanbay MOLDIBAEV	Taraz State Pedagogy University	
Dr.	Ahmet KULAS	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Ahmet ULUSOY	Karadeniz Teknik University	
Dr.	Akmaral S. SYRGAKBAYEVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Armağan KONAK	Mehmet Akif Ersoy University	
Dr.	Anatoliy LOGINOV	Ukraine Shevchenko Lugan National University	
Dr.	A.S. KIDIRSAEV	Makhambet U. Batı Kazakhstan State University	
Dr.	Ayslu B. SARSEKENOVA	Orleu National Development Institute	
Dr.	Bahit KULBAEVA	S.Baybeshev Aktobe University	
Dr.	Bakit OSPANOVA	H.Ahmet Yasawi Kazakh-Turk University	
Dr.	Bayram BOLAT	Ömer Halisdemir University	
Dr.	Bazarhan IMANGALIEVA	K.Zhubanov Aktobe State Region University	
Dr.	Baris YILDIZ	Gumushane University	
Dr.	Bekzhan B. MEYRBAEV	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Benedec PEN	Zagreb University	
Dr.	Berrin GUZEL	Adnan Menderes University	
Dr.	Bigamila TORSIKBAEVA	Astana Medical University	
Dr.	B.K.ZAYADAN	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Botagul TURGUNBAEVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Caner KARAVIT	Mimar Sinan University	
Dr.	Cemal INCE	Gaziosmanpasha University	
Dr.	Cholpon TOKTOSUNOVA	Rasulbekov Kyrgyz Economy University	
Dr.	D.K.TÖLEGENOVA	Makhambet U. West Kazakhstan State University	
Dr.	Dinarakhan TURSUNALIVA	Rasulbekov Kyrgyz Economy University	
Dr.	Dursun KOSE	Mehmet Akif Ersoy University	
Dr.	Dzhakipbek Altaevich ALTAEV	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Ekrem CAUSEVIC	Macedonia Vision University	
Dr.	Elbeyi PELIT	Afyon Kocatepe University	
Dr.	Elvan YALCINKAYA	Ömer Halisdemir University	
Dr.	Engin KANBUR	Kastamonu University	
Dr.	F. Zisan KARA	Aksaray University	
Dr.	Fatih BASBUG	Akdeniz University	
Dr.	Fethi DEMIR	Yuzuncu Yil University	
Dr.	George RUDIC	Montreal Pedagogie Moderne Institute	
Dr.	Gonul ERDEM NAS	Bartın University	
Dr.	Guzel SADYKOVA	Kastamonu University	
Dr.	Gulmira ABDIRASULOVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Gulsat SUGAYEVA	Dosmukhamedov Atyrau State University	
Dr.	G.I. ERNAZAROVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Hacer ARSLAN KALAY	Yuzuncu Yil University	



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

Dr.	Hacer MUTLU DANACI	Akdeniz University	
Dr.	Hakan CANDAN	Karamanoglu Mehmetbey University	
Dr.	Harun GUNGOR	Erciyes University	
Dr.	Hasan COSKUN	Gaziosmanpasha University	
Dr.	Huseyin CETİN	Selcuk University	
Dr.	MEIXIA Huou	Capital Normal University	
Dr.	Ibrahim BOZACI	Kırıkkale University	
Dr.	Ibrahim KILIC	Afyon Kocatepe University	
Dr.	Ibrahim TURKOĞLU	Firat University	
Dr.	Ilker YAKIN	Mersin University	
Dr.	Isaevna URKIMBAEVA	Abilai Khan International Relations University	
Dr.	Kalemkas KALIBAEVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Kasım KARAMAN	Erciyes University	
Dr.	Karligash BAYTANASOVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	K.A.TLEUBERGENOVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Kemal EROL	Yuzuncu Yil University	
Dr.	Kenjehan MEDEUBAEVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Kenan ILARSLAN	Afyon Kocatepe University	
Dr.	Kenes JUSUPOV	M. Tinisbaev Kazakh Communication Academy	
Dr.	Keles Nurmasuli JAYLIBAY	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Kulas MAMIROVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Lille TANDIVALA	Shota Rustavelli State University	
Dr.	Machabbat OSPANBAEVA	Taraz State Pedagogy University	
Dr.	Maha Hamdan ALANAZI	Riyad King Abdulaziz Technology Institute	
Dr.	Malik YILMAZ	Ataturk University	
Dr.	Maria LEONTIK	Macedonia Ishtib Gotse Delchev University	
Dr.	Mavlyanov ABDIGAPPAR	Kyrgyz Elaralik University	
Dr.	Maira ESIMBOLOVA	Kazakhstan Narkhoz University	
Dr.	Maira MURZAHMEDOVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Mehmet AVCI	Mugla Sitki Kochman University	
Dr.	Mehmet AKSARAYLI	Dokuz Eylul University	
Dr.	Mehmet GUNGOR	Mersin University	
Dr.	Mehmet Recep TAS	Yuzuncu Yil University	
Dr.	Mehmet GULLU	Gaziosmanpasa University	
Dr.	Mehriban EMEK	Adiyaman University	
Dr.	Metin KOPAR	Adiyaman University	
Dr.	Mirac EREN	Ondokuz Mayıs University	
Dr.	Mustafa GULEC	Ankara University	
Dr.	Mustafa TALAS	Omer Halisdemir University	
Dr.	Khan Nadezhda	E.A. Buketov Karaganda State University	
Dr.	Nazim IBRAHIM	Cyril and Methodius University of Skopje	
Dr.	Nihan BIRINCIIOGLU	Karadeniz Teknik University	
Dr.	Nuran AKSIT ASIK	Balikesir University	
Dr.	N.N. KERMANOVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Orhan ELMACI	Dumlupinar University	
Dr.	Osman Kubilay GUL	Cumhuriyet University	
Dr.	Omer UĞUR	Gumushane University	



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

Dr.	Ozlem GUZEL	Akdeniz University	
Dr.	P.S. PANKOV	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Rustem KOZBAGAROV	M. Tinisbayev Kazakh Communication Academy	
Dr.	Sarash KONYRBAEVA	Kazakh State Women's Teacher Training University	
Dr.	Salima N. KAIRZHANOVA	Dosmukhamedov Atyrau State University	
Dr.	Selahattin KAYNAK	Ondokuz Mayıs University	
Dr.	Seden DOGAN	Adnan Menderes University	
Dr.	Sibel BAYRAM	Duzce University	
Dr.	Sibel Mehter AYKIN	Akdeniz University	
Dr.	Sevcan YILDIZ	Akdeniz University	
Dr.	Sara MAZHITAYEVA	E.A. Buketov Karaganda State University	
Dr.	Turkmen Taser AKBAS	Pamukkale University	
Dr.	Tsendiin BATTULGA	Mongolia State University	
Dr.	Ulbosin KIYAKBAEVA	Abai Kazakh National Pedagogy University	
Dr.	Umran TURKYILMAZ	Gazi University	
Dr.	Vecihi SONMEZ	Yuzuncu Yil University	
Dr.	Veysel CAKMAK	Aksaray University	
Dr.	Vera ABRAMENKOVA	Russia Family Studies Institute	
Dr.	Vladimir VISLIVIY	Ukraine National Technical University	
Dr.	Yasin DONMEZ	Karabuk University	
Dr.	Yang ZITONG	Wuhan University	
Dr.	Zekeriya NAS	Yuzuncu Yil University	
Dr.	Zeynep KARACOR	Selcuk University	
Dr.	Zeynullina AYMAN	S. Toraygirov Pavlodar State University	
Dr.	Zharkyn BALTABAEVA	Abai Kazakh National Pedagogy University	
Dr.	Zhaparkwlova N. IKSANOVA	Al – Farabi Kazakh National University	
Dr.	Zongxian FENG	Xi'an Jiatong University	
Dr.	Zuhal ONEZ CETIN	Usak University	
Dr.	Zubeyir BAGCI	Pamukkale University	



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

CONTENTS

ADMINISTRATION	3
SCIENCE COMMITTEE.....	4
CONTENTS.....	4
ТҮРКІ ТІЛДЕРІНДЕГІ ДЫБЫСТАР СӘЙКЕСТІГІНІҢ СӨЗ ЖАСАУДАҒЫ ҚЫЗМЕТІ	8
САЯСИ ДИСКУРСТАҒЫ ПРЕЦЕДЕНТТІК ФЕНОМЕНДЕР	17
THE ROLE OF THE GREAT SILK ROAD ON THE DEVELOPMENT OF MEDICAL TRADITIONS.....	25
BAŞKURT DİLİNİN MAKİNE FONU HAKKINDA	28
东乡语流失现状调查与传承对策.....	34
ИБРАГИМ БИККУЛОВ ОБ ИСМАИЛЕ ГАСПРИНСКОМ.....	46
EĞİTİM VE BEŞERİ SERMAYENİN KALKINMA ÜZERİNE ETKİSİ	51
FACTOR FINANCIALLY TO STABILITY ENTERPRISE, COMPETITIVENESS OF COMMODITY	60



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

ТҮРКІ ТІЛДЕРІНДЕГІ ДЫБЫСТАР СӘЙКЕСТІГІНІҢ СӨЗ ЖАСАУДАҒЫ ҚЫЗМЕТІ

ФУНКЦИЯ СООТВЕТСТВИЯ ЗВУКОВ В СЛОВООБРАЗОВАНИИ ТЮРКСКИХ ЯЗЫКОВ

FUNCTION OF SOUND CORRESPONDENCE OF TURKIC LANGUAGE IN WORD FORMATION

Ғ.Б. ШОЙБЕКОВА *

Түйіндеме: Мақалада дауысты және дауыссыз дыбыстардың сәйкестіктері арқылы сөз жасау қабілеті қозғалады. Дауысты, дауыссыз дыбыстардың жуан және жіңішке варианттарының лексикалық құрамды толықтырудағы рөлі қарастырылады. Дауысты дыбыстардың жуан мен жіңішке варианттарымен қоса дауыссыз дыбыстардың да қатаң және ұяң варианттары, үнді, ұяң дауыссыздарының сөз тудыратын сәйкестіктері тек фонетиканың ғана емес, негізінен, сөзжасамның зерттеу нысаны аясында қарастырылу қажеттігі айтылады. Сөз жасаушы дыбыстар сәйкестігі арқылы жасалған лексикалық бірліктер жаңа атау болып қалыптасатындығы, сөздіктерде жеке сөзтізбе ретінде берілетініне назар аударылған.

Тірек сөздер: Тіл, дыбыс, дауысты дыбыс, дауыссыз дыбыс, дыбыстар сәйкестігі, сөз жасаушы дыбыстар сәйкестігі, әртектес және біртектес дыбыстар сәйкестігі

Аннотация

В статье рассматриваются новые слова, образованные способом чередований звуков. И еще предложены посмотреть чередование звуков не только как проблемы фонетики, а также словообразовании. Также в статье обращены внимание на то, что лексические единицы, образованные чередованием гласных, формируются как номинативы, в словарях перечисляется как реестр.

Ключевые слова: Язык, гласные, согласные, чередование звуков, словообразующее чередование.

Abstract

In the article is considered new words which created by the ways of changing voices. And there will be researched changing of voices as the problem of phonetics, also word formation. In the article also was paid attention to the lexical units which created by changing of voices are formed as nomination, and in the dictionaries are transferred as register.

Key Words: Language, vowels, concordants, sound interchange, changing voices, the problem of phonetics, word formation.



Тілімізде дыбыстар сәйкестігі деген ұғым бар. Дыбыстар сәйкестігінің пайда болуы жайдан-жай емес. Оның өзіндік тарихи ерекшелігі, даму тарихы бар. Дыбыстар сәйкестігін тіл білімінде түрлі аспектілерді басшылыққа ала отырып, әртүрлі қырынан жіктеуге болады. Мәселен, дауысты дыбыстардың классификациясына сәйкес жуан және жіңішке дауыстылардың сәйкестігі, ашық және қысаң дауыстылар сәйкестігі, еріндік және езулік дауыстылар сәйкестігі, жуан және жуан, жіңішке және жіңішке дауыстылар сәйкестігі. Сол сияқты дауыссыз дыбыстарды да: қатаң және ұяң варианттарының сәйкестігін, қатаң және қатаң, ұяң және ұяң, ұяң және үнді, үнді және үнді, қатаң және үнді т.б. секілді типологиялық сәйкестіктерді тіліміздегі тілдік деректер негізінде тауып, ажыратуға болады.

Тілімізде дыбыстар сәйкестігінің әртектес және біртектес сәйкестіктер секілді генеологиялық түрлерінің бар екені белгілі. Біртектес сәйкестіктер деп акустикалық және артикуляциялық жағынан туыстасатын дыбыстар сәйкестігін атайтындығын, ал әртектес сәйкестіктер деп туыстық сипаты жоқ дыбыстар сәйкестігі аталатындығы туралы ғалымдар жазып жүр. Әртектес және біртектес дыбыстар сәйкестігінің өзі сөз жасайтын, яғни жаңа атау тудыратын немесе сөз жасамайтын дыбыстар сәйкестігі деп бөлінеді. Осы мақалада біз сөз жасайтын дыбыстар сәйкестігі туралы айтамыз. Дыбыстардың мағына ажырату қызметі тілдің қалыптасуына көп әсер етті. Сондай мағына ажырату қабілетіне ие болған бірнеше дыбыстар сәйкестігін сөз етпекпіз.

О ~ ө сөз жасаушы дыбыстардың біртектес сәйкестігі.

Түркі тілдеріндегі бір буынды сөздерді тұрақты немесе өзгермелі деп кесіп айтуға қарсы Ә.Т. Қайдар «Түркі түбіріне тән варианттылықты кездейсоқ өзгерістердің нәтижесі ретінде қарастыруға болмайды. Керісінше, түбірлердің вариантас болып келуі жалпы хронологиялық реттілікті сақтай отырып, нақты бір тілдің морфонологиялық заңдылықтары аясында жүзеге асатын тарихи процесс» деген ойлары арқылы түркілік моносиллабтар диахрондық тұрғыдан алғанда табиғатынан икемді, өзгеруге бейім, тілдік элемент екенін аңғартады [1, 32-69].

Көне түркі ескерткіштері тіліндегі бір буынды түбір сөздер мен негіздердің, сонымен қатар бірнеше буынды тілдік бірліктер құрамындағы дауысты дыбыстар сәйкестігі кездеседі.

Бұл сәйкестіктерді, әрине, біз қазақ тілімен салыстыра отырып, зерделейміз.

- I. Оң. сын. 1. Солға қарама-қарсы.
 2. Теріс емес, дұрыс, жөн.

II. Оң. ет. Жөнді болу, жетісу.

III. Оң ет. Бояуы қайту, өңі, түсі кету [2, 429].

“Оң” сөзінің жіңішке варианты “өң” сөзінің де арасында мағыналық байланыс бар.



- Өң 1. Адамның бет-пішіні, бет әлпеті.
2. Заттың теріс жағына қарсы жылтыр жағы, оң жағы.
3. Адамның ұйықтамаған кезі [2, 556].

Қазіргі тіліміздегі *оң-өң* сөздерінің мағыналық қырлары *ортақ семаның* бар екенін растайды. Бұл сөз көне түркі сөздігінде екі түрлі сөздік ұяда берілген:

- I. Өң түр-түс.
II. Өң алды, алдыңғы жақ.
III. Өң бұрын, алдын ала.
IV. Өң оңу, өзгеру, түсін кетіру.
V. Өң қол сұғу (біздіңше, бұл өңмендеу болса керек).

Бірінші сөздік ұядағы тізбектің берілуі осындай. Мұндағы – *қол сұғу* мағынасы тіл дамуында пайда болған *коннотациялық мағына*. Себебі онда эмоционалдық мән басымырақ.

- I. Оң оң, оң жақ.
II. Оң оң, шын.
III. Оң жеңіл, ыңғайлы, қолай.
IV. Оң оңалу, түзелу.

V. Оң оңу, ағару [2, 429]. Көне түркі тіліндегі *Өң I түр-түс* мағынасы *Өң II* жұбында – *оңу, ағару, түсі кету* болып, қимыл мағынасына ауысқан. Қазіргі қазақ тілінде “*өңі өрт сөндіргендей*” деген коннотациялық мағыналы тұрақты тіркесі *Оң V* мағынасына сәйкес келеді. Әдетте, өрт сөндірген кісінің кейпі тәуір болмайтыны белгілі. Ал, “*өңменінен өткендей*” тіркесінде көзімен ішіп-жеп, тесірейіп қарау мағынасы сақталған. *Оң – түр-түс* заттық мағынасы – *Өң II – алдыңғы жақ*, *Өң III – бұрын, алдын ала* мағыналары екінші сөздік ұядағы *Оң II оң жақ*, *оң* сөздерінің мағыналарында сәйкестік байқалады.

Денотаттың *оң, оң жақ* мағынасы *шын, оң* сигнификаттық мағыналарының дамуына себеп болған. Осыған қарап *дұрыс, шын* мағыналарының синонимдік қатарда дамығаны көрініп тұр. “Туынды мағыналар арқылы жасалған көпмағыналы сөздің әрбір жеке мағынасы өзара мәндес басқа сөздермен қарым-қатынасқа түседі де, соның нәтижесінде синонимдік сөздер пайда болады” [3, 52]. *Өң* сөзінен тараған *оң, дұрыс, шын* сияқты мағыналық қырлары сын есімдер синонимиясын құрап тұр. Сонымен қатар үшінші сөздік ұяда *жеңіл, ыңғайлы* сындық мағыналары екінші сөздік ұядағы *оң, оң жақ* мағыналарынан тараған деуге болады.

Түйіндей келе, *өң, оң* сөздеріне тән *бастапқы мағына* – *алды* заттық мағынасы да, *ортақ мағына оң, оң жақ, дұрыс болу* мағынасы болса, одан тараған антонимдік мағыналары – *дұрыс емес, оңған, өзгеру, түсі кету* сынды мағыналық қырлары. Белгілі бір заттың алдыңғы беті *оң жағы* – *заттық мағына* болады да, *беті бері қарап тұрған*



түзу, оң жағына уәжелген сындық мағынасы дұрыс, шын жағы болады, өңмеңдеу мағынасы коннотациялық мағынаға сәйкес келеді.

Ұ ~ ү дауыстыларының біртектес сәйкестігі.

Сандық атаулар заттық, қимылдық атаулардың макросемаларынан жіктелген. Мысалы “Үш” сандық мағыналы сөзді алайық:

Үш. Сан. Екіден кейінгі есептік сан [4, 17].

“Үш” сандық мағыналы сөздің негізінде қазақ тілінде синтетикалық тәсіл арқылы үшем, үшеу, үшкіл, үшкілсіз, үшкілтім, үштік сынды туынды сөздер пайда болып, сөзжасамдық тізбек құрайды. Көне түркі тілінде “уч” сөзі сандық *үш* мағынасын берген. “Үш” сан есімі тілдің екі сипатында ешқандай мағыналық дамуға түспеген.

М. Қашқари сөздігінде: *Уч 1. Тау ағашы. 2. Заттың ұшы. 3. Бір нәрсенің бітуі, шегі. 4. а) ұшу, ә) өлу, б) жығылу, в) өшу, сөну* мағыналары таралған [12, 173 б.]. *Үш-уч-үч* тұлғаларының мағыналық тығыз байланыста екендігін білеміз. Біздіңше, *үш* сандық мағыналы сөздің алғашқы көне мағынасы *үш – заттың ұшы* атаулық мағынасы болған. *Үш – уч – үч – ұш* тұлғалары бір-біріне себепші негіз болып мағыналық байланысқа түскен. Мысалы, *үш* саны - *үш нүктенің бірігуінен* пайда болған. М. Қашқари сөздігіндегі *уч - тау ағашы – жоғарыда, үш нүктенің түйіскен жерінде* шыққаны үшін зат атауы болып қалыптасқан. Ал *уч – шекаралық аудан – ауыс мағынасында заттың ұшы, шегі, шеті* мағынасының негізінде пайда болған. *Уч 4. Бір нәрсенің бітуі, шегі* мағынасы *Уч 3* семасынан тарап тұр. *Уч 5. – ұшу* мағынасы, биікке көтерілу семасымен қоса антонимдік мағына да бар. *Ұшу – ұшып түсу – яғни белгілі бір шекке жетіп құлау.* Мысалы, *мұрттай ұшты –құлады. Жығылу, өлу, өшу, сыну –* мағыналық қырлары осы *ұшып түсу* мағынасынан тарап тұр. Сандық мағынадағы “*үште*” – *үш нүкте түйіседі, “үш”* атауында *үш нүкте түйісіп, заттың, нәрсенің шетін, шегін, бір нүктесін* көрсетеді. Демек, “*үш*” сан есімі - *үш нүктенің бірігуі мен “үш” – бір нәрсенің ұшы – бір құбылыстың атауы.* Заттық мағына уақыт өте келе сандық мағынаға ауысқан. Сөйтіп семантикалық тәсіл арқылы бірнеше мағыналы сөздер дамыған. Түрколог, алтаист ғалымдардың пікірінше, бір, екі, үш, төрт, бес, алты, жеті сан есімдер өзге сөз таптарынан транспозицияланып, санданған. Сонымен, түркі (қазақ) тілдеріндегі сан есімдердің алғашқы бастау көздері – адам танымы.

А~і әртектес сәйкестігі.

Жіктеу есімдіктері – есімдіктер ішіндегі семантикалық, грамматикалық жақтан да құрылымы күрделі есімдіктер тобы. Қазіргі қазақ тілінде мен, сен (сіз), ол, біз сияқты бес жіктеу есімдігі бар. Жіктеу есімдіктерінің ішінде “біз” есімдігінің табиғаты ерекше. Бұл есімдіктің этимологиясы, мағынасы жайлы М. Томанов:



“...жіктеу есімдіктерінің жекеше және көпше түрлерінің арасындағы айырмашылық тек қана соңғы -н (жекеше), -з (көпше) элементтері екенін көреміз” [5, 209]. Ғалымның осы пікірінің дұрыстығына өзге тілдердегі жіктеу есімдіктерін салыстырғанда көзіміз жетеді. Мысалы:

Латын тілінде : tu, tu, su.

Ағылшын тілінде: tu, tu, shi.

Неміс тілінде: Ich (mein), du (dein), sie, Sie (біз).

Орыс тілінде: я (мой), ты, он, мы.

Қазақ тілінде: мен, сен, ол, біз

“Біз – жіктеу есімдігінің бірінші жағының ортақ түрі” деген анықтама қазақ тілінің түсіндірме сөздігінде берілген [6, 599]. Тарихи тұрғыдан -быз, -біз, -мыз, -міз тұлғаларының жіктік жалғауы болып қалыптасып кеткені А. Баскаков, Н. Кононов, А. Щербак, Б.А. Серебренников, Б. Сағындықұлы еңбектерінде айтылып жүр. “Біз” есімдігі туралы Н.А. Баскаков: “формы типа “бизлер - мы”, которая употребляется параллельно с “биз - мы” в тех случаях, когда говорящие хотят подчеркнуть изолированность, особенность группы, которую они составляют” – деген шындыққа жанасымды пікір келтіреді [7, 261]. Ал Б.А. Серебренников пен Н.З. Гаджиева “біз” сөзінің көне формасы “пиз” деген болжау айтады. Әрі қарай: “Окончание –из один из древних тюркских аффиксов собирательной множественности. Архетипный и закономерно отражается в тюркских языках: тур. биз, тат. *biz*, каз. *biz* и т.д.” деген жаңа пікір айтады. Сонда –ыз - қосымша да, б- көне түбір [8, 136].

Қазіргі тілімізде “бар” сөзі бірде модаль сөз, бірде сындық мағыналы сөз деп танылып жүр. Ал түркітанушылар бұл сөзді зат есім деп қарайды. Ғалым Н.К. Дмитриев: “в основе лежит известное грамматическое слово “бар” “имеется” “есть”, которое по новейшим разысканиям первоначально было существительным со значением “наличность, присутствие чего-нибудь”” – деген пікір келтіреді [9, 82]. Қазақ тілінде А. Ысқақов, Ә. Ибатов дәл осы пікірді қостайды. Ғалымдар пікірінің растығына көз жеткізу үшін қолда бар дерек сөздіктерге жүгініп көрейік.

- I. Бар. Барлық, бүкіл, тұтас.
- II. Бар. 1. Жақында, жуықта, жет.
2. Кет, жоғал.
- III. Бар. 1. Жоқ емес, бар болушылық.
2. Ауқатты [4, 47].

Қазіргі тілімізде заттық мағынасы сақталмаған. “Бар” есімдік мағыналы сөз бен сындық мағыналы сөздің арасында мағыналық байланыс болып, бір семантикалық өрісте жатқаны белгілі. Ал Бар III бару, жоғалу қимыл



мағыналарының Бар I, II мағыналарымен антонимдік сипатта тұрғанын байқаймыз. Бұл сөз көне түркі тілінде мынадай сипатта көрінеді.

Bar 1. Бар (есть, имеется).

2. бәрі (все находящийся, наличный).

bar bayavut бай, дәулетті, дүниелі.

bar er- бар болу.

bar jog bol бару, жоғалу, жоқ болу [10, 35].

Бұрынғы түркілік мағынасы мен қазіргі тілдік сипаттағы “бар” сөздерінің мағыналық қырлары оның алғашқы атаулық мағынада жұмсалғанын растайды. “Бар” тұлғасы тек бір заттың атауын бермеген. Ол бүкіл заттардың бар болған кездегі жағдайына, сипатына қатысты аталған. Ғасырлар аясында белгілі бір уақыт мөлшерінде “бар” заттық мәндегі сөз, сындық мәнге көшкен. Қазіргі тіліміздегі есімдік мағынасы бір кездегі атаулық мәнің болғанының дәлелі. “Бар” сөзі өзге жалпылау есімдіктерін жасауға негіз болған: *барлық, бәрі (бары), барлығы, барша, баршасы* т.б. “Бар” сөзінен өрбіген жалпылау есімдіктерінің қалыптасу жолы морфологиялық тәсіл арқылы түсіндіріледі. Аталған сөздерге тек морфологиялық тұрғыдан қарамай, сөзжасам жүйесімен қатарластыра қарасақ, ол тұлғалардың туынды есімденген сөздер екендігіне күмәнданбаймыз, яғни “бар болумен” “бір” заттың “бар болуы”, ол “бір” заттың адам танымының кеңеюі барысында көптік мәнге ие болып, “бар” тұлғасына ауысуы мүмкін. Біздің ойымызша, “бар” заттық мағынадағы сөз бен “бір” тұлғасының түп негізі бірдей.

М ~ п дауыссыздарының біртектес сәйкестігі.

Таман шылауы жақын, таяу, жуық деген мағыналарды береді [4, 576].

Көне түркі сөздігінде *таман* лексемасы жоқ. Қазақ тілі лексикасы дамуының этимологиялық негіздерін жасаған ғалым Б. Сағындықұлы ж ~ т сәйкестігі нәтижесінде дамыған бірнеше сөзді атайды. Солардың ішінде жақын-тақын варианттары және олардың түбірлес сөздері жуық, тақау, таяу тұлғаларының туыстығы бар екенін жазады. Демек, Таман-тақау-таяу-жақын-жуық сөздері бір ұғымды білдіретін түрлі тұлғадағы варианттас сөздер. Тіліміздегі таман сөзіне жақын келетін тап (тап солай), дәп (дәп солай), дәл т.б тұлғалар осы шылаумен түбірлес.

Тап шыл. Дәл, нақ, нағыз

Дәп үст. Дәл, нақ

Дәл. үст. 1. Дұрыс, тура, ашық. 2. Құйып қойғандай шақ, дәп. 3. Нақ, нағыз өзі [4, 69].

Бүгінде бұл сөздер біресе шылау, біресе үстеу делініп жүр. Мұндай екіжақтылық қазақ тіл білімінде үстеу сөздер мен шылау сөздердің ара жігінің



ажырай қоймағандығын көрсетеді. Осыған қарап, таман шылау сөзіне үстеу мағынасы негіз болса керек деген тұжырым жасауға болады. Түркі тілдерінің кейбіреулерінде бұл шылау өзінің алғашқы дыбысталу қалпын сақтап қалған.

Башқұрт – таба	Қазақ – таман
Құмық – таба	Қырғыз – таман
Шор – тебе	Қарақалпақ – таман
Ноғай – табаған	

Көне түркі тілінде Тап - сол сәтте, тап қазір және Тапа – белгілі бір бағытты білдіретін шылау сөз [10, 583] деген мағыналары қазақ тіліндегі *тап*, *таман* сөздерінің мағыналарымен сәйкес келеді. Б.А. Серебренников пен Н.З. Гаджиева таман сөзінің құрамындағы –н қосымшасын көне түркілік барыс жалғауының грамматикалық көрсеткіші деп атайды [8, 246].

Ғалымдардың көрсетуінше, -н қосымшасы заттық мағына үстеуші, қазіргі өзбек тілінде *таман* сөзі, бірінші, бағытты көрсетіп, бағдарды білдірсе, екінші, *белгілі бір бағыттың иемденген ауқымы, яғни сол жер, аудан* мағынасында қолданылып жүр. Мысалы, *чап туманига – сол жаққа, бу туманда – бұл жақта, бұл ауданда*. Дәл қазіргі уақытта *туман* сөзі *аудан* мағынасында қолданылып, заттық мәнге ие болып тұр. Мысалы, *Қыбырай тумани – Қыбырай ауданы*.

Сонымен, қазақ тіліндегі *таман – тап – дәп – дәл – тапа-тал; жақын жуық - тақау – таяу* сөздерінің алғашқы мағыналары *уақытты* берген де соңынан *бағыт-бағдар* мағынасына ауысқан. Қазіргі түркі тілдерінде бұл сөздер үстеуленіп, одан заттық мағынаға ауысқан. Осыған қарап, *таман – таман* сөздері семантикалық тәсіл арқылы мағыналық дамуға түсіп, транспозицияланған. Бұдан өзге де – дейін (тег, тегін, шейін) – көрі (гөрі), – тап т.б. шылауларды мысалға келтіруімізге болады.

Д ~ т біртектес дыбыстар сәйкестігі.

Дейін – септеулік шылауы да қазақ тілінде барыс септігіндегі есім сөзбен тіркесіп, екі объектінің ара қашықтығын білдіреді. М. Рясянен бұл шылау сөзді көне түркілік “тэг” қимыл мағыналы сөзінен дамыған деп көрсетеді.

Бұл сөздің өзге түркі тілдеріндегі көрінісі мынадай:

Ноғай – дерси	әзірб. – Дәк
Чуваш – тери	түрік – дек
Қ.-балқар – дери	қазақ – дейін
Якут – диэри	

Көне түркі тілінде “тег” түбірлес, мағына жағынан жақын бірнеше түбір және туынды сөздер бар. Мысалы:



Teg шылау. Дейін tabisyan jil besinc aiga teg - Қоян жылы бесінші айға дейін.

Teg – ет. 1. Жету – ол күнтіз тегті түрік бодун Темір Капығқа. Сол күндері түрік халқы Темір қақпаға дейін жетті.

Tegi – шылау. Дейін темір қапығқа тегі ертіміз. – Темір қақпаға дейін кудық.

Tegin – шылау. Дейін қырық иылға тегін – Қырық жылға дейін.

Tegin – ет. Түбірі teg – Жету, орындалу.

Teginc – ет. Орындау, жету

Teginc – шылау. Дейін

Tegu – шылау. Дейін [10, 546].

Аталған сөздердің бәріне ортақ мағына белгілі бір нысан мен екінші бір нысанның ара қашықтығын, мөлшерін, бағытын білдіретін сөздер тұр. Осыған қарап, М. Рясненнің “тию, жанасу” мағынасына ұқсастыруын дұрыс болжам деп ойлауға болады. “Дейін” сөзінің мағынасы – бір заттың екінші бір затқа жақындауы, жанасуы, сонымен қатар, параллель тұруы. Яғни, teg – жету қимыл мағынасының шылауға айналуы. Тілімізде “дейін” шылауымен қатар қолданылып жүрген “шейін” (диалектілік шекейін түбірлері шек-тег) тұлғалары бар. Қазақ тіліндегі “дейін, шейін” шылауларының мағыналары бірдей: бір нәрсенің шегін көрсететін демеулік шылау. Тіл біліміндегі т ~ д, т ~ ш сәйкестіктерін ескерсек, бұл сөздер еш кедергісіз туыстас сөздер екендігі дәлелденеді. Біздің ойымызша, “дейін, шейін” шылауларының түбірі де-, ше- болса керек. Салыстырмалы түрде қарасақ, осы шылаулардың мағынасын беретін -ша, -ше тұлғалары бар. Мысалы, барғанға дейін – барғанша, келгенге дейін – келгенше. Мезгілдік мағынаны үстеуші -ша, -ше тұлғалары –ғанша, –генше жұрнақтарына кірігіп кеткен. Түбір мен қосымшалар арасындағы сабақтастықты мейлінше ашық көреткісі келген ғалым Б. Сағындықұлының пікірінше: “ша/ча барыс септігіне ешқандай қатысы жоқ. Шектеулік мән есімше жұрнағының табиғатынан және етістіктердің лексикалық мағынасынан шығады. Ал –ша форманты мезгілдік мәнді білдіреді де, уақыт шамасын айқындайды” [11, 115]. Ғалымның осы пікірін негізге ала отырып, “дейін, шейін” шылауларының түбірі “де”, “ше”/-ша, -ше/ тег – тию, жанасу қимыл мағыналарынан туындап, мезгілдік мағынаны көрсеткен деп тұжырымдаймыз. Белгілі бір уақыт аралығында мезгілдік мәнге көшкен сөз. Бағыт, мекен, мағынасын да беретін болған. Қазақ тіліндегі “дейін, шейін” шылауларының түбірлері орыс тіліндегі до – послелогтарының түбірлерімен сәйкес келеді. Мағыналары да дәлме-дәл.

Тіл білімінде тіл алды дауыстылары арқылы айтылатын сөздер мен тіл арты дауыстылары арқылы айтылатын сөздерді өзара салыстырғанда «тілдердің қисапсыз



ұзақ уақыт бойы даму нәтижесінде тіл арты, тіл ортасынан айтылатын дауыстылар да, дауыссыздар да тіл алдына қарай ығысқан» (Б. Сағындықұлы). Осы ойдың айғағы ретінде жуан дауыстылар тіл арты арқылы жіңішкергенде тіл алды дауыстыларына айналып, сәйкестіктер құрайды. Осы зерттеу мақалада жаңа атау тудырушы дыбыстар сәйкестігі қарастырылды.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Алматы: Наука(1986), Қайдаров А.Т. Структура односложных корней и основ в казахском языке. 322 с.
2. Алматы: Ғылым(1983), Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі: 10 томдық. 7-т. – 671 б.
3. Алматы: Мектеп(1988), Оразбаева Ф. Қазіргі қазақ тіліндегі сын есім синонимдер, с. 128 б.
4. Алматы: Ғылым(1986), Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі: 10 томдық. – 10-т. – 672 б.
5. Алматы: Мектеп(1988), Томанов М. Қазақ тілінің тарихи грамматикасы. –264 б.
6. Алматы: Ғылым(1976), Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі: 10 томдық. 2-т. – 695 б.
7. Москва: Изд. (1952), Баскаков Н.А. Каракалпакский язык. АН СССР – 544 с.
8. Москва: Наука(1986), Серебренников Б.А., Гаджиева Н.З. Сравнительно-историческая грамматика тюркских языков. – 301 с.
9. Москва: Восточная литература(1962), Дмитриев Н.К. Строй тюркских языков. – 607 с.
10. Ленинград: Ин. Языкознания(1969), Древнетюркский словарь. АН СССР, – 676 с.
11. Алматы: Санат(1994), Сағындықұлы Б. Қазақ тілі лексикасы дамуының этимологиялық негіздері. – 168 б.



САЯСИ ДИСКУРСТАҒЫ ПРЕЦЕДЕНТТІК ФЕНОМЕНДЕР
PRECEDENT PHENOMENA IN POLITICAL DISCOURSE

Кенжеқанова Құралай Кенжеқанқызы *

Аннотация

Мақалада прецеденттік феномендер газет материалдары негізінде прагматикалық мақсатта жиі қолданылатын тілдік құрал ретінде қарастырылады. Саяси дискурстағы прецеденттік феномендердің ұлт тарихын, оның тілін, дәстүрін, салтын көрсететін, ұлттық танымды білдіретін мәдени лексиканың бір түрі; прагматикалық мақсаты бар «когнитивтік трансформациялар» және адамның сезіміне, эмоциясына күшті ықпал ететін когнитивтік құрылым ретіндегі қыр-сырлары жан-жақты қарастырылады. Сонымен қатар, прецеденттік феномендердің танымал тарихи тұлғалар мен тарихи оқиғаларға арқа сүйеп, елдің өткені мен бүгінгі тыныс-тіршілігінен хабардар ететін «бүкіл дәуірді» бейнелейтін айтылым түрі ретіндегі ерекшелігі де мақалада сипатталады.

Тірек сөздер: саяси дискурс, прецеденттік феномендер, прагматикалық мақсат, мәдени лексика, когнитивтік құрылым.

Abstract

The article deals with precedent phenomena which are considered as a linguistic unit frequently used in terms of a pragmatic potential on basis of the newspaper materials. Peculiarities of precedent phenomena in a political discourse are considered comprehensively from various angles: as one type of a cultural lexicon that shows nation's history, language, tradition and customs; as cognitive transformations with a pragmatic purpose and as a cognitive structure which strongly influences on emotion and feelings of a man. In addition, article describes precedent phenomena as an utterance that reflects "the whole epoch of a country" relying on outstanding political figures and events that inform the country's past and present.

Keywords: political discourse, precedent phenomena, pragmatic purpose, cultural lexis, cognitive structure.

Мәдениет тілге қатыссыз болмайды. Тіл – мәдениеттің өмір сүру формасы болса, мәдениет – оның ішкі мәні. Осы тұрғыдан алғанда, тіл мен мәдениетті бір-бірінен бөліп қарауға болмайтын тұтас бір дүние деуге болады. Олай болса, антропоэзектілік бағытқа сай тіл мен мәдениеттің байланысын, тілдің мәдениетті сақтау, сипаттау, жарыққа шығару қасиеттерін анықтайтын, өзіндік зерттеу нысаны, зерттеу әдістері мен қағидалары бар арнайы ғылым саласы – лингвомәдениеттану саласы [1, б. 77].

Лингвомәдениеттанудың негізгі мақсаты – ұлттық болмыстың тілдегі көрінісін, халықтың танымдық, рухани болмысын, мәдениетін, тіл мәдениетін, танымы мен талғамын, мінезі мен санасын, дәстүрі мен салтын таныту. Әр тіл – тіл мен ұлт тарихын, дәстүрі мен даналығын, кәсібі мен салтын, төл мәдениетін сақтаған таңбалық жүйе. Осы таңбалар жүйесі тіл қолданысына түскенде, олардың этномәдени мазмұны когнитивтік-прагматикалық сипат алып, когнитивтік құралға айналады. Қазіргі

* Dr. Kenjekhanova Kuralay, Al Farabi Kazak National University- Доктор, Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университеті E Mail: kuralay.kenzhekanova@mail.ru



баспасөз тілінде мәдени лексика көптеп кездеседі. Себебі қазіргі тілшілердің алдына қойған мақсаты – осы мәдени лексикалар арқылы ұлттық сипатты, ұлттық рухты, ұлттық сананы бұқара халыққа эмоционалды-экспрессивті тілдік құралдар арқылы жеткізу.

Осы ұлттық танымды білдіретін тілдік құралдар, мәдени лексиканың бір түрі – прецеденттік феномендер. Прецеденттік феномендер «танымалдылығымен, ешқандай қосымша түсіндіруді қажет етпеуімен, таныммен байланыстылығымен, белгілі бір қоғам үшін аксиологиялық маңыздылығымен ерекшеленеді» [2, p. 816].

Прецеденттік феномендер – газет материалдарында жиі қолданылатын, көсемсөз шеберлерінің прагматикалық мақсатта жиі, арнайы қолданылатын тіл құралы. Прецеденттік бірліктер латын тілінен аударғанда (praecedentis) – прагматикалық факторлармен қарым-қатынастағы семантикалық деривацияның нәтижесі болатын когнитивті трансформациялар [3, б. 27].

Прецеденттік феномендер баспасөз беттерінде көптеп кездеседі. Олардың қолданысы айтайын деген хабарды әсерлі, ұтымды және оған ұлттық реңк үстеп, оның ықпалын одан ары күшейте түседі. Н.Ж. Даулеткереева прецеденттерді газет мәтінінде қолданылатын «ойын материалы» болып табылатын «сөз ойнатудың» түрі ретінде қарастырады [3, б. 25]. Ал Л.Н. Чумак болса, прецеденттік мәтіндерді «дәуірді бейнелейтін айтылым» түрі ретінде анықтап, «саяси жағдаяттың концептуалдық моделі бұқара сананың идеологемалары арқылы жүзеге асады және олар билік тілінде, лозунгтарда, девиздерде, қанатты сөздерде, сол дәуірдің насихаттау клишелерінде көрініс табады», – деп атап өтеді [4, с. 107]. Яғни, прецеденттер қоғам өзгерісінің айнасы, тілдігі бейнесі болып табылады.

Ю.Н. Караулов прецеденттік мәтіндерді тілдік тұлғаның дискурста тән сипаттамалары ретінде қарастырады. Тілдік тұлға құрылымының үш деңгейін көрсетеді: 1) нөлдік деңгей, вербалды-семантикалық; 2) лингво-когнитивтік (тезаурустық); 3) жоғары уәжделген деңгей. Осы жоғары уәжделген деңгейге сол мәдениетке стандартты, қайталанатын белгілі бір символ, образ, таңба тән, ол прецедентті болып келеді, яғни ұрпақтан ұрпаққа тасымалданатын мәтін болып табылады [5, с. 52-54].

Зерттеуші Н.А. Таирова болса өзінің «Функционирование прецедентных текстов в русскоязычных и казахскоязычных газетах» атты еңбегінде прецеденттерді мәдени таңбалар ретінде қарап, «прецедентті мәтіндер – бұл қойнауы өткенде жатқан және сілтемелердің қазіргі қатынасымен байланысты түп нұсқа мәтіннің кейбір фрагменттері. Прецедентті мәтіндер өзінің мәдени жадының болуының арқасында дәстүр кодтарынан өтіп, дискурста жаңғыра отырып түп нұсқа мәтіннің ақпаратын жай ғана жеткізіп қоймайды, оны қазіргі мәдени мәнмәтінге қосады. Сөйте отыра ол түп



нұсқа мәтінді жаңа мағыналармен одан ары көркейте түседі және оның дамуына көмектеседі» [6, с. 58].

Н.А. Таированың көзқарасын Р.Т. Қожабекова да қолдайды: «прецеденттік атаулар – сандаған жылдар мен ғасырлардың қойнауында жатқан ата-бабалардың дәуірінің үні. Сол заман тұрғысымен қазіргі өркениетті заман жаңалығымен сабақтасып жатқан құнды есімдер. Көненің көзіндей ғасырлардың қат-қабат қойнауында сақталып қалған атаулардың беретін дүниесі мол» [7, б. 58].

Газет беттерінде прецеденттік мәтіндер өте көптеп кездеседі. Олар көбінесе қазақ халқы үшін өзіндік орны бар, беделді, танымал адамдардың дискурсына негізделеді.

Адамның абырой-беделін бетке ұстау үшін, әрине, кезінде сол адамның айтқан сөзін, пікірін, оның мәнін, ең бастысы, бұл адамның қоғамдағы дәрежесін ескеруге тура келеді. ... Бұл әдіс – қазақ халқы бұрыннан қолданатын тиімді әдіс. Өйткені «өнер алды – қызыл тіл» деп, шешендіктің мәні мен мағынасын ертеден терең түсінген халықтың бірі – қазақ халқы өз ойын ашық жеткізіп, тыңдаушысына әсер ету үшін ұлы, ойшыл, білімдар адамдардың, ғалымдардың, ел сыйлаған қариялардың, шешендердің сөзін алға тартып, олардың абырой-беделіне арқа сүйей отырып, түпкі мақсатына қол жеткізген [8, б. 87]. Осы әдісті қазақ газеттеріндегі жарияланым авторлары да шебер қолданады. Мысалы:

*«Біз қазақ деген елміз, ешкімге соқтықпай, жай жатқан елміз. Елімізден құт-береке кетпесін деп, жеріміздің шетін жау баспасын деп, найзаға үкі таққан елміз. Ешбір дұшпан басынбаған елміз, басымыздан сөз асырмаған елміз ...», – деп кезінде **қаз дауысты Қазыбек бабамыз айтқандай**, қазақ тарихының Тұңғыш Президенті Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев біздің жаңа дәуірдегі мемлекетіміздің бүкіл мақсат-мүдделерін өсіп, өркендеуін тереңнен әрі кеңінен толғап, көп халықтың көкейінде жүрген сан алуан сұрақтарға толымды жауап берді (Е.Қ., 4 ақпан 2014).*

Келтірілген мысалда дана бабамыз – *Қазыбек бидің сөздері* берілген. Прецеденттік мәтін адресаттың біліміне арқа сүйейді. Ол тарихымызда елді әділ басқаруға көмектескен билердің даналығы мен көрегендігін еске түсіріп, елбасының халық алдындағы жауабын соған сәйкестей отыра Елбасы сөзін әсерлі, ұтымды ете түседі. Прецеденттік мәтінді білмеген адресат үшін бұл сөздің ешқандай мәні мен мағынасы болмас еді.

«Қазақстандағы қоғамдық келісім, ең алдымен, қазақтың келісімі екенін мықтап есте ұстаған абзал. Татулық пен тұрақтылық ел иесі ретінде ең алдымен қазаққа керек», деген еді Қазақстан басшысы. Ұлы Абайдың «біріңді қазақ, бірің дос, көрмесең істің бәрі бос» деген сөзі әлі де өміршеңдігін көрсетіп тұрғандай сезіледі маған. Елбасымыз бұл жолы да Ассамблеяның жұмысын саралап, ел межесін анықтайды деп ойлаймын. Ал біз өз тарапымыздан еліміздің болашағы үшін



Президент айқындап берген мақсат-міндеттерді орындауда қажыр-қайрат танытуымыз керек. Сондықтан осы ауызбірліктен ажырамай, татулықты ту етіп, болашағымызды баянды етуде барлығымыз күш жұмсасақ, Қазақстан халқының достығы нығая түсетіні сөзсіз (Е.Қ., 16 сәуір 2014).

Бұл мысалда қазақ халқын біріктіру идеясының ықпалы мен экспрессиясы ұлы Абайдың дана сөздерін берген кезде ғана күшейе түседі. Адресат санасында ұлы Абайдың өз заманын біріктіруге ұмтылғаны, қаншама күрескені еске түседі.

Жұбан ақын айтса айтқандай, қазақ – «мың өліп, мың тірілген» халық. Бірақ оның кешігі сақ, гүн, көк түрік, Алтын Орда, Қазақ хандығы заманында да дәл бүгінгідей атағы аспандап, абыройы асқақтап көрген емес. Халқымызға осы атақ пен абыройды әперген – ұлты үшін туған ұлы қайраткер, әлем таныған тұлға Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев (Е.Қ., 2 шілде 2014).

Жоғарыдағы мысалда Жұбан Молдағалиевтің «Мен – қазақпын» өлеңінен алынған үзінді мәтін мазмұнын ашуға көмектеседі және оған ерекше рух үстемелейді, қазақ елінің жетістіктерін алға қояды.

Қандай да тілде болсын, прецеденттер сол ұлттың түсінігімен, мәдениеті мен тарихынан хабар береді. Газет мақаласының авторы қазақ халқына тән ұлттық ерекшелікті басшылыққа алу мақсатымен прецеденттік есімдерді пайдаланады және ол есімдер оқырман қауымына етене таныс болуы ескеріледі. Мұндай жағдайда прецеденттік есімдер өзінің семантикалық мазмұнына сай оқырманды көзделген акпаратқа бір табан жақындатады. Сол тақырып аясында автоматты түрде білім қорының шоғырлануына қызмет етеді де адресант интенциясынан хабар береді (3, б. 26)

Прецеденттік есімге негізделген «Халықтың асыл да, ардақты» перзенті» тақырыпатымен берілген үзінді тарихта өзіндік орны бар тұлға туралы айтылатыны жайлы оның тақырыпаты бірден аңғартады. Енді мақаладан үзінді:

Қазақ даласы қай заманда да дарынды, ақылды адамдардан құр алақан емес. Адамзат тарихының әр ғасырында өз дәуіріне лайықты кемеңгер адамдар өмір сүрген. Олар тек өзі үшін емес, халқы үшін өмір кешкендіктен тарихтан өшпес орын алған. Ал қазақ халқының тарихындағы ХХ ғасырда болмысы бөлек, ақыл-парасаты өте терең, салиқалы, туғаннан аты – Дінмұхамед, өмірінің аяғына дейін тұла бойы тұнған нұр-құат, жаны жаз, рухы – пәк, кісілігінде мін жоқ Ұлы адам өмір сүрді (Ж.А., 8 қаңтар 2015).

Бұл мақаланы оқыған оқырманның санасында бірден Қазақстанды ширек ғасыр басқарған Дінмұхамед Ахметұлы Қонаев есімі келеді, оның қазақ халқына сіңірген ерен еңбегі мен дара, қайталанбас тұлғасы есімізге еріксіз түрде түседі. Қазақтың ұлы перзентінің жарқын есімі мен бейнесі әрбір қазақтың көңіліне ерекше мақтаныш



сезімін тудыратыны анық. Яғни адресант танымында халқының ерекше атағы мен даңқына _____ ие _____ болған Д.А. Қонаев туралы білімі мен естіліктері жаңғырады.

Газет тілшісі нақтылы бір адамның есімін қолдана отырып, оқырманның сана сезіміне бағыт беріп, ықпал етуді мақсат етеді. ... Әрине, бұл жағдайда газет авторы кісі есімдерін қолдана отырып, қазақ халқына тән ұлттық ерекшелікті басшылыққа алады. Бұл әдісті қолдануда газет тілшілері ең алдымен есімдері қолданылатын адамның оқырман қауымға бұрыннан таныс болуын ескереді [8, б. 67].

Осындай халық арасында танымал тұлғалардың есіміне негізделген мақала тақырыпаттары да кездеседі. Мысалы: *Заманбек отырған қойтас* (Ж.А., 15 қаңтар 2015). Осы тақырыпатта берілген прецеденттік есім – Заманбек. Туған халқы есімі елінің есінен ешқашан шықпайтын біртуар ұл-қыздарын мәңгі ұмытпайды. Қазақ танымы үшін танымал бұл есім әрине *Заманбек Қалабайұлы Нұрқаділов* есімі екендігін бірден аңғартады. Олардың есімі халықтың мәңгі жадында.

Прецеденттік есімдер адресат қауымына таныс болуымен қатар, адресат санасында сол тарихи тұлға не саясаткер туралы, жалпы оның тарихтағы және саясаттағы рөлі, сіңірген еңбегі, өмір жолы пайдаланылған прецеденттік есімге сәйкес не жағымды не жағымсыз бағалау түрінде беріледі және сәйкесінше адресат санасында түрлі танымдық үдерістер жүреді.

Келесі мысалдар халық даналығы, нақыл сөздерді арқау еткен прецеденттік мәтіндерден жасалған. Оларда айтайын деген ой имплицитті түрде берілген. Мысалы:

Ата Заңымыз қазақ мемлекетінің дамылсыз, үздіксіз өсуіне кепіл болған барша заңдарымыздың қайнар көзі, бастау бұлағы. «Заңын құрметтей білген, заңына бағына білген ел ғана озады», деген дана сөзі бар. Біз елдігіміздің тұғыры – Ата Заңымызды құрмет тұтып, оның әрбір әрпі өмірлік заңымызға айналуын қадағалап келеміз (Е.Қ., 31 тамыз 2012).

Автор халық даналығы мен нақыл сөздеріне сілтеме жасау арқылы, айтайын деген идеяның қаншалықты маңызды екендігін экспрессивтік құралдар арқылы көрсеткісі келген. *«Заңын құрметтей білген, заңына бағына білген ел ғана озады»* деп Ата Заңды құрметтеуге тәрбиелейді.

Келесі мысалда автор *«араласпасаң – ағайын жат, бармасаң – бауыр жат, кірмесің – көршің жат»* деп бауырластық, туысқандық, аралас-құралас болудың маңыздылығын атайды:

Түріктер Қазақстан жерін Атажұрт санайды. Бір-біріне шын достық пен туыстықтың қандай дәрежеде болу керектігінің үлгісін көрсете алатындай екі ел 20 жыл ішінде стратегиялық әріптестік деңгейіндегі ынтымақтастыққа қол жеткізді. ... «Араласпасаң – ағайын жат, бармасаң – бауыр жат, кірмесің – көршің жат»,



деп халқымыз айтпақшы арадағы осы достық тінінің нық болуында екі ел басшылығының сіңірген еңбектері ерең (Е.Қ., 12 қазан 2012).

«Қазақта **«сын түзелмей, мін түзелмейді»** деген нақыл бар. Алайда, біздің осы уақытқа дейін қол жеткізген жеңістеріміз бен табыстарымыз ешқандай дау тудырмайды. Дегенмен, солай екен деп тоқмейілсуге тағзы болмайды (Е.Қ., 29 қараша 2012)», деп жеткен жетістіктермен шектелмей, үнемі алға ұмтылуға тәрбиелейді.

Келесі мысалда прецеденттер тарихи маңызы бар оқиға мен танымал адамның сөзіне арқа сүйейді. Мысалы:

Бірлігі кетіп, берекесі қашқан халқымыз **«Ақтабан шұбырынды, алқа көл сұламада»** қынадай қырылған. Аласапыран заманда ағайынның алауыздығынан басына бұғалық түсіп, бұлт үйірілген бұлдыр күндер орнады. ... Сондықтан данышпан Абай **«Бас-басына би болған өңкей қиқым, Мінеки бұзған жоқ па елдің сиқың?»** деп күңіренді. Бірақ, тағдырдан талай теперіш көрсе де, халқымыздың рухы жазымаған (Е.Қ., 16 желтоқсан 2011).

Автор 1723-1730 жылдары қазақ жерін жоңғарлар шауып, елде ащы қасірет, аса қайғылы кезең **«Ақтабан шұбырынды, алқа көл сұлама»** тарихи оқиғасын адресат санасында жаңғырту арқылы және елдегі алауыздық, береке-ырыстың жоқтығын, қалың елдің ұйытқысын кетіріп отырған үстем тап өкілдерін сынау ұлы Абайдың **«Қалың елім, қазағым, қайран жұрттым»** өлең жолдарынан үзінді беру арқылы танымдық тұрғыдан әсер етіп, тәуелсіздіктің қаншама қиыншылықтармен келгенін өте шебер көрсете білген.

Келесі тарихи оқиға бергін 2011 жылы желтоқсан айында болған Жаңаөзендігі оқиғаға негізделеді. Бұл мысалда **Жаңаөзен оқиғасы, жаңаөзендіктер** сияқты прецеденттік есімдер қолданылған. Бұл прецеденттік есімдер де адам санасында сол оқиғаларды еске түсіреді. Ол дискурста жағымды мәнде қолданылған. Мысалы:

Бұл - тек **«Нұр Отан»** партиясының ғана емес, бұл барша халқымыздың жеңісі. Біздің азаматтарымыз **тұрақтылық, тыныштық, толеранттылық**, көп ұлтты халқымыздың достығы үшін дауыс берді. Тіпті **Жаңаөзендегі оқиға** бізді одан ары біріктірді. **Жаңаөзендіктердің** өздері де өте белсенді дауыс берді, олар да біздің бағытымызды қолдады деп сенемін. Бұл қазақстандықтардың топтасқанын, олардың **тұрақтылықты сақтауға деген ықыластарын** білдіреді, – деді Мемлекет Басшысы (Е.Қ., 16 қаңтар 2012).

Мақал-мәтелдер де прецеденттік мәтін рөлдерін атқарады. Олар айтайын деген ойды қысқа да нұсқа жеткізеді. «Сан ғасырлар бойы халықтың өзімен бірге жасасып, екшеленіп, ұрпақтан-ұрпаққа мұра болып жатқан – қазақтың мақал-мәтелдері. Дастан, хисаларға қарағанда мақал-мәтелдер ерекше қасиеті көлемінің шағындығы, мазмұнының кеңдігі, тілінің өткірлігі, мағынасының тереңдігі болып табылады. Әрі ол



барлық халыққа бірдей әсерлі, жалпы адамзатқа ортақ, көңілге бөлекше қонымды, ұтымды келеді. Тегінде мақал-мәтелдер – қай халықтың да, жан-дүниесінің мінез-бітімінің, тыныс-тірлігінің айнасы. Ол сол халықтың сөздік қорының байлығын танытып қана қоймайды, оның уақыт озған сайын құны артпаса кемімес қазына екені даусыз», – деп зерттеуші Р.Т. Қожабекова мақал-мәтелдерге өзінің бағасын береді [7, б. 29].

Келесі мысал оң бойы мақал-мәтелдер жасалған прецеденттік мәтіннен тұрады

Халмұрадов құр үміт етіп қана қоймай, «халық қаласа хан түйесін сояды» деген қазақ мақалын мысалға келтірді. Балесін қарай гөр өзінің! Мақалға жүйрік Розақұл қазақта «жуас түйе жүндеуге жақсы» деген де мақал бар екенін білуі тиіс. Бірақ оны бұл жерде айтпайды. ...Өйткені ертең әлдеқандай күн туса, «түйені жел шайқаса, ешкіні аспаннан көр» дегеннің кері келеді. Ондай жағдайда, аспанға «ұшқандардың» алды боп розақұлдар кетпегенде кім кетеді? (Ж.А., 5 наурыз 2015).

Президенттіктен үміткер Розақұл Халмұрадовтың дәмесінің зор екенін, құр үміттеніп қана қоймай, амалын тауып әрекет етсен, дегеніне жетесін дегенді «халық қаласа хан түйесін сояды» деген мақалмен беріп, оның кандидатурасын «жуас түйе жүндеуге жақсы» деп, Розақұл сияқты жуас, «жұрт айтса болды, әдеті жаман адамның» деп қазақты жете таныған Абайша айтқанда Халмұрадовтардың үн шығармай отырғаны құп көрінеді. Алайда аумағайып заманда қиындық туа қалған жағдайда «түйені жел шайқаса, ешкіні аспаннан көр» болып, үлкен дау, шу көтерілсе, бірінші Розақұлдар жапа шегетіні хақ.

Сонымен, қазақ тілді басылымдарда кездесетін прецеденттерді зерттеп, оларға талдау жүргізу нәтижесінде келесідей қорытындыға келдік:

– прецеденттер – ұлт тарихын, оның тілін, дәстүрін, салтын көрсететін, ұлттық танымды білдіретін мәдени лексиканың бір түрі;

– прецеденттер – ұлттық болмыс туралы білімдерден тұратын, прагматикалық мақсаты бар «когнитивтік трансформациялар»;

– прецеденттер – танымал тарихи тұлғалар мен тарихи оқиғаларға арқа сүйен, елдің өткені мен бүгінгі тыныс-тіршілігінен хабардар ететін «бүкіл дәуірді» бейнелейтін айтылым түрі;

– прецеденттер – түп нұсқа мәтінді жаңа форматта жаңғыртып, оған заманауи реңк, жаңа мағына үстемелейтін лексикалық бірлік;

– прецеденттер – адамның дүниетанымында, тәжірибесінде бар білімдерге сүйенетін, олардан бастау алатын когнитивтік құрылым;

– прецеденттер – адамның сезіміне, эмоциясына әсер ететін күшті ықпал ету құралы;



– прецеденттер – сөз айшықтарынан (мақал-мәтелдерден, қанатты сөздерден, халық даналығынан, нақыл сөздерден, аффоризмдерден) жасалған сөз, сөз тіркесі немесе мәтін.

Әдебиеттер:

- 1 Байғұтова А.М. (2008), «Қазақ әйелі» концептісінің этномәдени сипаты. филол.ғыл.канд. ... дис. – Алматы,– 143 б.
- 2 Kenzhekanova K.(2014), Dalelbekkyzy A. Myth in Political Discourse as a Form of Linguistic// International Scholarly and Scientific Research and Innovation: XII International Conference on Linguistics.– London UK,. – Vol:8, № 10, part 10. – P. 815- 818.
- 3 Даулеткереева Н.Ж(2010), Қазақ баспасөзіндегі қайталамалардың прагматикалық мәні: филол.ғыл.канд. ... дис. – Алматы,– 119 б.
- 4 Чумак Л.Н. (1994), Ключевые выражения эпохи – паспортизация времени культуры // Третья междунар. конф. «Язык и культура»: тезисы и докл. в 3-х частях. – Киев, – С. 107-109.
- 5 Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Русский язык, 1987. – 263 с.
- 6 Таирова Н.А.(2002), Функционирование прецедентных текстов в русскоязычных и казахскоязычных газетах: дис. ... канд.филол.наук. – Алматы, – 136 с.
- 7 Қожабекова Р.Т. Баспасөз бетіндегі тақырыптардың фразеологиялану ерекшелігі: филол.ғыл.канд. ... дис. – Алматы, – 140 б.
- 8 Жақсыбаева (2000), Ф.З. Газет мәтінің прагматикалық функциясы (қазақ тілінде шығатын газет материалдары бойынша): филол.ғыл.канд. ... дис. – Алматы, – 153 б.



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

THE ROLE OF THE GREAT SILK ROAD ON THE DEVELOPMENT OF MEDICAL TRADITIONS

Jumanazarov Khurshid Sirojiddinovich *

Abstract

This article is about Silk Road's role medicine science improving. Medical books trade, treatment ways and meditative herb's going away people which living around Silk Road are the reason developing eastern medicine.

Keywords: trade, medicine sciences, Silk Road, medical book, drug plants, quack

Аннотация

Эта статья о роли науки медицине совершенствования Шелкового пути. Медицинские книги торговли, способы лечения и травы уезжает людей, которые живущих вокруг Шелкового пути являются причиной развития Восточной медицины

Ключевые слова: торговля, медицина наука, шелковый пут, медицинский книги, лекарственный растения, лекарь.

Traditional medicine is considered as one of the ancient professions of mankind. As a result of studying the environment, people study the medicinal features of plants, animals as well as different kinds of minerals. The empirical knowledge, which was the result of different experiments and observations, caused the development of medical traditions.

While the main equipment of the representatives of medicine (physicians) is their hands, their means are various medicinal plants. One of the dominant features of the traditional medicine over modern medicine is particularly in using natural resources. The physicians knew the flora and fauna of their environment very well and could efficiently use them. As a result of studying various medicine related works, they familiarized themselves with unknown herbs and other medicinal plants which could cure different illnesses.

The significance of the Great Silk Road on the development of the knowledge of medicine in Central Asia is immeasurable. Major cities in Central Asia were built on major roads and as a result they had close relations with China, India, the countries of Central and Southern Europe [2:49]. The trade relations, carried out on the Great Silk Road, served as a base for nations to build mutual relations not only economically but also culturally. The following are the trade road's contributions to the development of the science of medicine:

- *The establishment of the trade of medical books throughout the Silk road;*

The trade caravans and trade relations played an important role on the development of the science of medicine. Books on different spheres were also brought by caravans and they were sold as goods [6:23]. As a result, among nations located along the trade road, the similarities in medical knowledge, traditions and using medicinal herbs can be observed. The

* Lecturer, Mirzo Ulugbek National University Of Uzbekistan , E Mail: xurshid_87@mail.ru



trade of rare medical works written in different languages along the Great Silk Road had an impact on the medicine of different nations. Historical sources indicate that for the formation of “Medicinal plants”, written during the Min dynasty, the works of Ibn Sino were broadly employed [5:47]. As a result of the study of these works by the representatives of medical sciences who knew Arabic, Persian, Greek and other languages, they explored the treatment methods and herbs unknown to us and implemented some of the methods adapting to the local conditions.

- *propagation of local treatment methods to other countries by the merchants and travellers;*

Historically, most cities of the countries of the East were built along the ancient caravan roads. That was the reason for the huge demand for building hospitals in these cities to provide medical treatment to merchants and travelers who got sick on the road [4:25]. The merchants, on the other hand, observed treatment methods and ways of preparing some drugs which had been unknown to them and brought them to their physicians after treatment. In a letter written to his father by a French patient, who was injured serving in the Crusade in the Middle Ages, the structure of the eastern hospital, some treatment methods and specific activities of the physicians were mentioned [7]. The reason for the patient to mention them was that he had experienced features that had been extraordinary and not present in the medical practices of his nation. The similarities in the medical knowledge of the nations located along the Silk Road were caused by the transformation of the treatment methods.

- *The trade of medicinal herbs as goods throughout the Great Silk Road.*

In addition to various products throughout the Great Silk Road, the trade of medicinal herbs, minerals was broadly established. The merchants usually practiced distributing medicinal herbs not found and did not grow in the country they were going to or can be found only in one territory. For instance, the significance of the Great Silk Road on the development of Khorezm traditional medicine was very huge. At that time, Urgench had trade relations with India, China, the Golden Horde states and Russian cities of Pskov, Novgorod, Ryazan [1:29]. As a result, the distribution of various drugs and sufficient amount of drugs created great opportunities for the physicians to treat patients. The medicinal herbs were in the forms of plant parts, animal organs and haberdashery items and such factors as distance and expiration period of the product were taken into account.

The contributions of the nations, located along the Silk Road, in the trade of medicinal herbs in the XVII centuries of Russia and Europe were huge. During this period, the Muslims from Central Asia who traded medicinal herbs in Eastern Europe and several cities of Russia were collectively named “bukharians”[3:93].

The Great Silk Road plays an important role in political, economic and cultural development of nations. In medical traditions also, like in all spheres, as a result of broad



distribution of views and knowledge specific to particular nation, medicine shifted to a new phase of development. The physicians were introduced with various scientific works, population gained an opportunity to buy herbs not available in their country and most importantly in addition to national views, new traditions and scientifically proven knowledge have arrived into the lives of nations.

Literature.

1. Sobirov R. (2011), The study of medicinal plant and their usage in the Khorezm traditional medicine. Khiva. "The publishing section of the Mamun Academy".
2. Gendlina Y. (1974), About medical schools and medical knowledge of Central Asia in the era of feudalism // Healthcare of Tajikistan. № 6.
3. Nanzatov B. (2014), Sodnompilova M. Medicines in trade and exchange operations among Russia, Mongolia and China in the XVII-XIX centuries // Bulletin of the Buryat Scientific Center of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences. № 4.
4. Urolov A. (2002), Hospitals before BC // Science and life.. № 5-6.
5. Khujaev A. (1991), The impact of medicine of Turkistan on China // Voice from the Past. 2003. № 1
6. Ganikhujayev F. Unique masterpieces// Sihat-salamatlik.. № 5.
7. Sheikh Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. (16.10.2011), Islamic miracle in the medical sphere. [Электронный ресурс]:<http://tib.islom.uz/islomiy/464-maqola.html> (16.10.2011), Islamic miracle in the medical sphere. [Электронный ресурс]:<http://tib.islom.uz/islomiy/464-maqola.html>



BAŞKURT DİLİNİN MAKİNE FONU HAKKINDA

Sirazitdinov Z.A.*
Şamsutdinova G.G.**

Özet

İnsan toplumunda bilgisayarların hızlı yaygınlaşması kendi yörüngesine dilsel faaliyetleri de çekmektedir. Bugün birçok Türk Dilli kendi kaynakların elektronik varyanta çevirmektedir: bilgisayar sözlükler, filolojik veri tabanları ve arama sistemleri CD'ye veya internet ağına yerleştirilmiş bilgi kaynakları oluşturmaktadır [1]. Başkurt halkının dili de bu süreçten uzakta kalmamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Başkurt Dili, Türk Dili, Dil Fonu

Abstract

As computer using increases, it also effects the linguistic activities. Today most Turkish speaking societies (all dialects) stores their sources as electronically. Computer Dictionaries, Linguistic databases and searching systems are under usage. Bashkurt's dialect also follows this process.

Keywords: Bashkurt dialect, Turkish Language, Electronic Language Stores

GİRİŞ

İnsan toplumunda bilgisayarların hızlı yaygınlaşması kendi yörüngesine dilsel faaliyetleri de çekmektedir. Bugün birçok Türk Dilli kendi kaynakların elektronik varyanta çevirmektedir: bilgisayar sözlükler, filolojik veri tabanları ve arama sistemleri CD'ye veya internet ağına yerleştirilmiş bilgi kaynakları oluşturmaktadır [1]. Başkurt halkının dili de bu süreçten uzakta kalmamaktadır.

Ulusal bir dilin bilgi küresine sokulması arasında Başkurt dilinin de olması ile birlikte kardeş dillerin dil bilimsel gerçeklerin nispeten araştırma yapılması için geniş umutlar açmaktadır. Bu perspektifler büyük hacimli araştırma malzemelerine hızlı erişim bağlıdır. Ama bu bilgi kaynaklarını kullanmanın önemli kısıtlamaları da bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibidir: dil bilimsel verilerin güvenilirliği, verileri derleyicinin yetkililiği, bu verileri sitenin internette işleyiş vakti.

Bu faktörler genelde vikipedinin bilgi verileri, ticari kuruluşları ve özel bireyleri ile ilgilidir. Ama itibarlı akademik yapılar veya otoriteli üniversitelerin bilimsel araştırmalar enstitüsünde yapılmış, giriş sayfasında ya da CD'nin astarında yapımcının adı yazılmış ve veri tabanları basılı birincil kaynaklara bağlantı ile donatılmış dil bilimsel kaynaklar için böyle problemler ortaya çıkmamaktadır.

Başkurt dilinin böyle bir ciddi kaynağı Başkurt Dilinin Makine Fonu olmaktadır. Bu kaynaklar Rusya Bilimler Akademisinin Ufa Bilim Merkezi Tarih, Dil ve Edebiyat Enstitüsünün dil bilimi ve bilgi teknolojileri laboratuvarında yapılmıştır [2; 3; 4; 5; 6].

* Filoloji bilimi adayı, Başkurdistan Ufa Bilim Merkezi Rusya Bilimler Akademisi

** Asistan araştırmacı, Başkurdistan Ufa Bilim Merkezi Rusya Bilimler Akademisi, E Mail: sazin11@mail.ru



IT teknolojilerinde bugün kullanılan terimlere göre Makine Fonu Bilgisayar Fonu olarak adlandırmak daha doğrudur. Ama bu adın tarihi kökenleri 1980'lere bağlıdır. O zaman SSCB Bilimler Akademisi Rus Makine Fonu (RMF) oluşturulması için program kabul etmiştir. Bu fonu oluşturma problemleri farklı konferanslarda tartışılmıştır [7; 8]. Bugün RMF İnternette bu adıyla kullanılmamaktadır [9].

Aynı yıllarda SSCB halkları dillerinin de makine fonların oluşturma fikri öne sürülmektedir [10]. Birçok bilim adamı Türk dilleri için birleşik bir makine fonu oluşturma konusundan bahsetmiştir [11]. Böyle bir fonu oluşturmak için Çimkent şehrinde matematik ve uygulamalı dil bilimi profesörü K.B.Bektaev başta olmak üzere koordinasyon kurul da düzenlenmiştir. Ama bu fonların hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Başkurt Makine Fonu (BMF) oluşturma fikri, onun temel konuları tarafımızdan 1990'larda öne çıkarılmıştı [12]. Nedir bu Başkurt Makine Fonu? Başkurt Makine Fonu - dil bilimciler, öğretmenler, öğrenciler için mahsus yapılmış filolojik bilgiler arama sistemidir. Bu bilgi sistemi mahsuslaştırılmış veri tabanının bu veri tabanından bilgi isteme arayüzeyleri ve bu bilgi istemelerini işletmek için program sağlamaların içermektedir.

Bugün bu sistemin 7 büyük veri tabanı vardır, onlar birleşik fonun bölümlerini içeriyordur: genel dosya bölümü, leksikografik bölüm; gramatik bölümü, el yazmalı kitaplar kataloğu bölümü, siyah harfli kitaplar kataloğu bölümü, deneysel fonetik bölümü, diyalekt bölümü.

ARAŞTIRMA-UYGULAMA

Şunu belirtmek gerekiyor ki, fon da veri tabanlarına verilen bağlantılar geçicidir. Yakında onlar ayrı bir bilgi sistemi olarak yapılacaktır.

1. Genel dosya bölümü dil sisteminin temel bilgilerini içermektedir. Bu taban yapıları şeklinde 100.000'den fazla kök sözcükleri ve dilin her tabakasından türevleri içermektedir.

Bu bölüm sözün kökeni, stili, diyalekt/edebiyat, tarihselcilik/yenilikçilik/artık kullanılmayan deyimler hakkında bilgi vermektedir. Her leksik birim için 50'den fazla sözcük işareti tasarlanmıştır. Tabanda her kelime dilde kullanma paradigmaları ile sunulmuştur. Her paradigma için edebiyat eserlerinden, gazetelerden ve ilmi eserlerden, sözlü halk sanatı eserlerinden basılı malzemenin kaynağı (ismi, yazarı ve basılma tarihi) gösterilerek örnekler verilmektedir. Kullanılan örnekler Rusya Bilimler Akademisi Ufa Bilim Merkezi Tarih, Dil ve Edebiyat Enstitüsü dosyalarından alınmıştır.

Bu bölümün veri tabanı başka bölümlerin tabanlarıyla bağlıdır, özellikle genel dosyadaki herhangi bir sözün hangi leksikografik çalışmalarda kaydedilmesini belirlemek mümkündür (bu leksikografik bölüm).

2. Leksikografik bölümde söz hakkında bilgi Başkurt dilinde mevcut olan sözlüklerden kaynaklanarak verilmiştir. Bugün bu bölümün veri tabanı 58 yapıları sözlükten ibarettir ve 500.000'ne yakın sözlük maddeleri içermektedir.



Bu tabanda akademik sözlükler ve öğrenciler için sözlükler mevcuttur: tek dilli sözlükler, iki dilli sözlükler, sıklık sözlükler, terim sözlükleri, deyimler sözlükleri, eş anlamlı sözlükler, sözlük-kılavuzlar (semt isimleri, su nesnelere isimleri, şehir sokakları isimleri, BC dağ isimleri) vb.

Bu bölümde kullanıcı aramayı sözcüğün ilk parçasına veya onun herhangi bir parçasına göre yapabilmektedir. Bulunan sözlük maddesini sonraki çalışma için almak mümkündür.

3. Deneysel-fonetik bölümde Başkurt dilinin sesli ünlüleri ve ünsüzlerinin artikülasyon ve deneysel özelliği verilmiştir. Şimdi deneysel özellikler laboratuvar görevlileri elde etmiş genlik-sıklık grafikler ve sonogramlar olarak gösterilmiştir. Fonemler dinlenebilirler. Aynı zamanda bu bölümde 8000 söz içeren fonetik sözlük de vardır. İlmi ilgiden başka bu bölüm Başkurt dilini bireysel öğrenenlerin de büyük ilgisini çekmektedir.

4. Halkı ve bilim dünyasını Başkurt dilinde mevcut olan Başkurt yazılı edebiyat dili hakkında bilgilendirmek amacıyla Başkurt Makine Fonunda iki katalog vardır: el yazmalı kitaplar ve siyah harfli kitaplar kataloğu. Bu katalogların toplam taban hacmi 2000 birimden de fazladır. El yazmalı kitaplar kataloğu Rusya Bilimler Akademisi Ufa Bilim Merkezi Tarih, Dil ve Edebiyat Enstitüsünün el yazmalı kitaplar fonundaki kitapların kısaca açıklamasını içermektedir.

Kitapların aşağıdaki gibi özellikleri tasvirlenmektedir: başlık (Rusçaya tercümesi), çevri yazılı başlık, yazar (eserin yazarı), çevri yazılı yazar, kopya eden (elden yazılı kitap kim tarafından kopya edilmiş), hacim (sayfalarda), ebat (metnin ebadı, sayfada satırlar sayısı), yıl (kitabın kopya edilme tarihi), özellik, özet (kitabın kısaca içeriği), koleksiyon (kitap kim tarafından, nerede, ne zaman bulunmuş, kitabın son sahibi), dil (metnin dili: Arapça, eski Türk dili, Osman dili vb.), paleografik malumat (kağıt, mürekkep, yazı, yorum varlığı), bibliyografi (şu elden yazılı kitaba bağlantı), sigl (elden yazılı kitap nerede saklanıyor), şifre (kitabın muhafaza edilen yerdeki şifresi).

Kullanıcı istediği kitabı 6 alan yardımıyla arayabilmektedir: başlığı, dili, yazarı, yılı, sigl ve şifresi. Siyah harfli kitaplar kataloğu Başkurdistan Cumhuriyeti Milli Müzesinde saklanan Arapça kitapların tasvirini içermektedir. O kitaplar 15 alana göre tasvir edilmektedir: yazarı, kitabın başlığı, kitabı yayınlayan, kitabın yayınlanma yeri, basımevi (basımevinin ismi), yayınlanma tarihi, cilt (eğer kitabın birkaç cildi varsa), hacmi (sayfalarda), kitabın ebadı, kitabın kapağı (kapağın varlığı veya yokluğu), özelliği (baş sayfa, imza, sayfaların numarası, yapraklar), özeti (kitabın kısaca içeriği), dili (kitabın metin dili), sigl (kitabın muhafaza edilen yeri), şifre (kitabın muhafaza edilen yerdeki şifresi). Kullanıcıya istediği kitabı 9 alan yardımıyla arama imkanı sunulmaktadır. Bunlar: başlığı, dili, yazarı, yılı, sigli, şifresi, yayınlanma yeri, yayınlayanın adı, basımevi.

Bu katalogların toplam taban hacmi 3000'den fazladır.



5. Diyalekt bölümü üç ayrı tabandan oluşmaktadır. Onlar leksik, kartografik, tekstolojik tabanlardır.

Leksik bölüm diyalekt taban hakkında bilgi içermektedir. Veri tabanı 52.000'den fazla diyalekt birimlerini içermektedir. Bunun 6 bilgi alanı vardır: diyalekt kelime, sözcük türü, diyalekt, söyleş, edebiyat normu, Rusçaya tercümesi. Bu alanların her birine göre bilgi araması yapılabilmektedir.

Kartografik bölüm Başkurt dilinin diyalekt atlası hakkında bilgi vermektedir. Diyalekt atlasının veri tabanı dil olaylarının türün seçme mümkünlüğünü sunmaktadır (örneğin: fonetik, morfolojik, sintaksik, leksik), her tür için sarı isoglosslar tanımlanmıştır. Bu isoglosslar Tarih, Dil ve Edebiyat Enstitüsü görevlileri katkısıyla 1973'ten 1980'e kadar yapılan bilimsel araştırma gezileri sürecinde toplanan malzemeler üzerinde Başkurdistan Cumhuriyetinin ve komşu semtlerin 250 yerleşim merkezlerine göre belirlenmektedir.

Tekstolojik veri tabanında Tarih, Dil ve Edebiyat Enstitüsü görevlileri türlü zamanlarda bilimsel araştırma yapmakta ayrıca gezileri sürecinde de toplanan sözlü dil örneklerini de takdim etmektedir. Veri tabandaki metinler şu özelliklere göre seçilebilmektedir: diyalekt, söyleş, kayıt tarihi, habercinin cinsiyeti, habercinin yaşı, milleti.

6. Gramer bölümü akademik gramerin hipermetin sunmasını Başkurt dilinin söz değişim sisteminin algoritmik sunmasını ve kelimenin isim ve fiil değişimine göre veri tabanını içermektedir. Bu istatistik tabanlar dilin üç fonksiyonel stiline göre sunulmaktadır: gazetecilik, nesir ve bilim. Fonksiyonel stiller 1/3 oranında verilmiştir. Örnekleme aralıksız 1000 kelime formu seçme yöntemiyle yapılmaktadır. Toplam veri taban hacmi 600.000 kelimedir.

Veri tabanı arayüzü bu kategorilerin ayrı morfolojik kategoriler ve sarı ses birinciklerin aramasını yapmayı sağlayabilmektedir. Kategorilerin ve eklerin uyumluluğuna göre de arama yapılabilmektedir.

Morfolojik veri tabanının sayısal verileri hem teorik araştırma için hem de pratik uygulama için önemli. Özellikle veri tabanların analizi Tarih, Dil ve Edebiyat Enstitüsü dil bilimi ve bilgi teknolojileri laboratuvarı görevlileri hazırlayan otomatik morfolojik analizörün işini kolaylaştırmaktadır.

SONUÇ

Başkurt Dilinin Makine Fonu büyük pratik ve teorik öneme sahiptir.

1. İlk olarak, Fon, dilsel araştırma için yeni bir araçtır. Başından beri bu şekilde düşünülmüştür.



Dilin en önemli konusu kelimedir, başka hiçbir türlü dili öğrenmek, onu sözlüklerde aramak, metinde gramatik kullanışın bulmak mümkün değildir. Geleneksel yaklaşımda (Fondan önce) dil bilimciler kaynaklar (sözlükler, rehberler, kitapların metinleri) aramak için ve gerekli malzemeleri kopya etmek için çok zaman harcamaktadır. Fon bu tür meseleyi saniyeler içerisinde çözmektedir. Örneğin, dil bilimci -ҒАЗЫ/-ҒӘЗӘ formatının kökenin Başkurdistan toponimlerinde aramaktadır (Auyrgazy, Kuyugazy). Eskiden bunun için sözlükler bulup, sayfa-sayfa arayıp kopya etmek gerekirdi, fon ise hemen 30'dan fazla toponim temin etmektedir.

Yeni sözlükler yapıldığı zaman leksik birimin edebiyatta kullanma örneklerini aramak en zor iştir. İstatistiklere göre, 30.000-40.000 kelimeli bir sözlük düzenlemek için 10 milyon deyim içeren kartotek gerekmektedir. Onu hazırlamak çok yavaş ve zor bir meseledir. Ama birincil ürün (metin) ve son ürün (kartotek) makine içindeyse, işlem hızı yüz kere artmaktadır.

2. İkincisi, Makine Fonu dil öğrenmede, özellikle ders kitaplarında morfolojik veya semantik örnek resimlerin hazırlamakta önemli bir araçtır. Bu açıdan, Başkurdistan Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı Başkurt Dili Makine Fonu Başkurt dili öğretmenlerine önermektedir.

3. Makine Fonu, Başkurt dilini ikinci devlet dili olarak uygulamak için bir araçtır. Dili öğrenmek için çok sayıda gramer, fonetik, sözlük gibi rehber malzemelerine ihtiyaç vardır. Evet, böyle malzemeler yayınlanmaktadır, ama her zaman el altında olmayabilirler. Fonun İnternette olması bu problemi çözmektedir. Bu açıdan Fon tüm cumhuriyetin terim komisyonları çalışmaktadır, çünkü onlara türlü tabela, levha, formların tercümesi için başvurular gelmektedir. 60 sözlükten aramaktansa veri tabanından tercüme aramak çok daha kolaydır. Leksikografik bölümüne okul ve lise öğrencilerinden de müracaatlar vardır.

4. Bu bilgi sisteminin Başkurdistan Cumhuriyetinin dışında yaşayan başkurtların eğitimine de katkısı büyüktür, çünkü onların basılı malzemeye ihtiyaçları çoktur.

Makine Fonuna Orenburg, Perm, Çelyabinsk, Sverdlovsk, Saratov ve başka bölgelerden, Kazan, Sankt-Peterburg, Vladivostok şehirlerinden başvuru yapılmaktadır. Demek ki, Başkurt Dili Makine Fonu sadece bilim ve eğitim aracı değil, belki halkların ruh birleşimi için bir meydan olmaktadır.

Yabancı (mesela Norveç, Almanya, Polonya, Türkiye, Yemen, Ukrayna, Kazakistan, Özbekistan vb.) ülkelerden olan başvurular Fonu dünya medeniyetinin Başkurt dili ile tanışması ve yayılması için bir araç olarak öne çıktığını göstermektedir.

Kaynakça

1. <http://sozdik.kz>; <http://solver.uz>; <http://www.muhranoff.travel.ru/turslov.htm>; <http://tili.kg/dict>; maturtel.ru; <http://abc.marlamuter.ru/index.php/term/rus-tat,2844-bol-shojj.xhtml>; [Электронный словарь ABBYY Lingvo x5](http://Электронный_словарь_ABBYY_Lingvo_x5); <http://www.medialingua.ru>; <http://til.gov.kz/>; <http://mfbl.ru>; <http://fodor.ii.metu.edu.tr/>



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

content/metu-turkish-corporus; <http://mfbl.ru/bashkorp/> korpus; http://web-corpora.net/TatarCorpus/search/?interface_language=ru.

2. Maşinniy fond başkirskogo yazıka. URL:<http://mfbl2.ru> (data obraşçeniya: 17.08.2016).
3. Prozaičeskiy korpus başkirskogo yazık URL:<http://212.193.132.98/bashkorp/> bashkorp (data obraşçeniya: 17.08.2016).
4. Publitsističeskiy korpus başkirskogo yazıka URL:<http://212.193.132.98/bashkorp/> korpuspub (data obraşçeniya: 17.08.2016).
5. Folklorniy korpus başkirskogo yazıka URL:<http://212.193.132.98/bashkorp/> korpusfol (data obraşçeniya: 17.08.2016).
6. Terminologičeskaya baza başkirskogo yazıka URL:<http://bashterm.ru> (data obraşçeniya: 17.08.2016).
7. Vtoraya Vsesoyuznaya konferentsiya po sozdaniyu MF RYa / Otv.red. člen-korr. AN SSSR Yu.N. Karaulov. (Materialı konferentsii), 1988. – 230 s.
8. Materialı III Vsesoyuznoy konferentsii po sozdaniyu MF RYa. / Pod red. S.F.Gilyazova i Yu.N.Karaulova.M.: MGU, 1990. – 148 s.
9. Adres Maşinnogo fonda russkogo yazıka: <http://www.cfri.ru>.
10. Maşinnie fondı yazıkov narodov SSSR: Materialı raboçego soveşçaniya (Tbilisi, 15–22 sent. 1987 g.). –Tbilisi, 1988.
11. Maşinnie fondı yazıkov narodov SSSR: materialı raboçego soveşçaniya (Tallinn, 19–22 dekabrya 1988). – Tallinn: Inst. yaz. i literaturı AN EstSSR, 1988. – 21 s.
12. Sirazitdinov Z.A. (1992), Nadergulov I.U. O sozdanii Maşinnogo fonda başkirskogo yazıka/Vostokovedeniye v Başkortostane. Istoriya. Kultura. Vıp.3. – Ufa,





东乡语流失现状调查与传承对策

Status And Countermeasures of The Loss of The Dongxiang Language

马瑞丰*

摘要：东乡语作为我国少数民族语言中的瑰宝，其非物质文化遗产价值是不言而喻的。但是随着时代的变迁和现代教育的普及，操持东乡语的人数日益萎缩，濒临语言传承乏人，甚至消亡的危险。本文以东乡语流失与传承现状为研究内容，通过问卷调查、个人访谈、电话调查等调查方式厘清了东乡语的流失、传承现状。同时深入分析了造成语言流失的深层因素，得出了主要流失原因为东乡语有语言而无文字、其他语言的影响、民族成员的忽略和国民教育体系中学校缺乏民族特色的一体化教育模式。最后根据流失的主要原因提出了参考性的东乡语传承建议与对策，呼吁政府有关部门关注这一语言的传承危机，建立健全有效的语言传承和保护机制，以保护我国多元的民族文化。

关键词：东乡语；流失；非物质文化遗产；传承对策

Abstract

Dongxiang language as a gem of Chinese minority language, its value of the intangible cultural heritage is self-evident. But with the changes of the times and widespread the modern education, the number of people who maintain to use the Dongxiang language is shrinking. As a result, the Dongxiang language has to confront with the danger of lacking inheritor as well as disappearance. In this paper, taking Dongxiang language loss and heritage status as the research content, through the questionnaire survey, individual interview, telephone survey and other methods of investigation to clarify the Dongxiang language loss, heritage status. At the same time, in-depth analysis of the underlying factors of language loss, this paper considers that there are four deep factors, which are none of writing language, influence of the other languages, overlook of the user and integrated mode education's lake of ethnic feature. Finally, according to the above discussion, this article puts forward some suggestions and countermeasures for reference. This paper is aimed at appealing the government to pay attention to this kind of language inheriting danger, and meanwhile establish the powerful and effective language inheritance and protection system, to protect the diversity of Chinese ethnic cultures.

Key words: Dongxiang language; Language loss; Intangible cultural heritage; Inheritance countermeasures

语言是人类社会发展一定阶段的结晶，每一种语言都有它存在的历史必要性和宝贵价值，不同民族的语言代表着不同的文化和生活方式。少数民族语言作为探索历史古迹、传承民族文化的重要工具，在其逐渐消亡的今天，它的保护与传承是不容忽视的。本文以东乡语为例，在东乡族最集中的聚居区——甘肃省东乡族自治县，对东乡语的传承发展现状、流失原因等方面进行了深入的探究，并提出了一些合理的参考性建议与对策。

* Ma Ruifeng, Wang Guangbao, Ma Dongqiang, Wang Qiumeng, Ma Qiang, Research Assistants, Renmin University of China, +86-18101252230-中国人民大学社会与人口学院 E Mail: 784956062@qq.com



一、中国少数民族语言现状

(一) 60%以上的少数民族使用本民族语言

《中国的民族政策与各民族共同繁荣发展》白皮书明确指出，目前，我国少数民族约有6000万人使用本民族语言，占少数民族总人口的60%以上，约有3000万人使用本民族文字。白皮书指出，中国55个少数民族中，除回族和满族通用汉语文外，其他53个民族都有本民族语言，有22个民族共使用28种文字，其中壮、布依、苗等12个民族使用的16种文字是由政府帮助创制或改进的。[1]

(二) 少数民族语言发展面临危机

近年的调查显示，我国正在使用的120余种少数民族语言，使用人口在万人以下的语言约占语言总数的一半，在千人以内的有20余种。中国民族语言学会名誉会长孙宏开介绍，上述千人以内的语言基本上处于濒临消亡的边缘。即使使用人口超过一千万的语言，也并不说明他们有较强的生命力。例如满族虽然有数百万人口，但满语仅仅有少数老人使用；畲族虽有数十万人口，但会使用畲语的不足一千，都是处在消亡边缘的语言。[2]

1950年以来，东北地区赫哲语、四川西部的“倒话”、木佬语、阿昌族的仙岛语等都濒临灭绝。其中，黑龙江黑河县南部的“科压卡拉语”语已经灭绝。联合国教科文组织今年2月份将东北地区、陕晋黄河中游地区、西南边境地区列为中国濒危语言最集中的地区。[3]

同时，城市较之乡村，其对外开放性更强。再加上新型传播手段如广播、电视、网络、移动通讯等的较早普及，导致通用语言传播力度的加强，城市少数民族语言的交流功能陆续减弱，渐趋消失。

二、东乡语的发展现状

东乡族是我国特有的民族之一，是十四世纪后半叶由聚居在东乡的许多不同民族成份融合而成的，其人口多聚居在甘肃省境内，其中半数以上居住在甘肃省东乡族自治县，甘肃的兰州、定西地区和新疆、宁夏也有分布。[4]东乡语是东乡族内部使用的一种语言，也是我国仅存的少数民族语言文化大花园中的稀有瑰宝，其文化价值是不言而喻的。但是，由于东乡语其自身特点即有语言而无文字、受周边回族和汉族语言的影响以及民族成员的忽略和国民教育体系中学校缺乏民族特色的一体化教育模式等因素，东乡语的传承与发展面临了一定的挑战。就全国东乡族最为集中的甘肃省东乡



族自治县而言，东乡语的传承和发展现状是不平衡的。为了探究出最为真实客观的东乡语发展现状，我们在调研中，着重选取了东乡族聚居的锁南镇毛毛村和回族、东乡族杂居的唐汪镇下城门村这样两个具有典型性的村子。通过对比研究，我们初步得出较多十分有意义的结论。

本次调研数据显示，就整个东乡县而言，完全掌握东乡语并且每天都在使用的人数占样本总人数的46.00%；听得懂基本用语和完全不会的，比例分别为34.00%和20.00%。（见图1-

1）东乡语传承和发展的主力军多来自完全掌握东乡语这个群体，但就总体而言，只有不到总人数一半的东乡族能够完整使用东乡语。可见，东乡语的传承和发展目前面临着较为严峻的挑战。

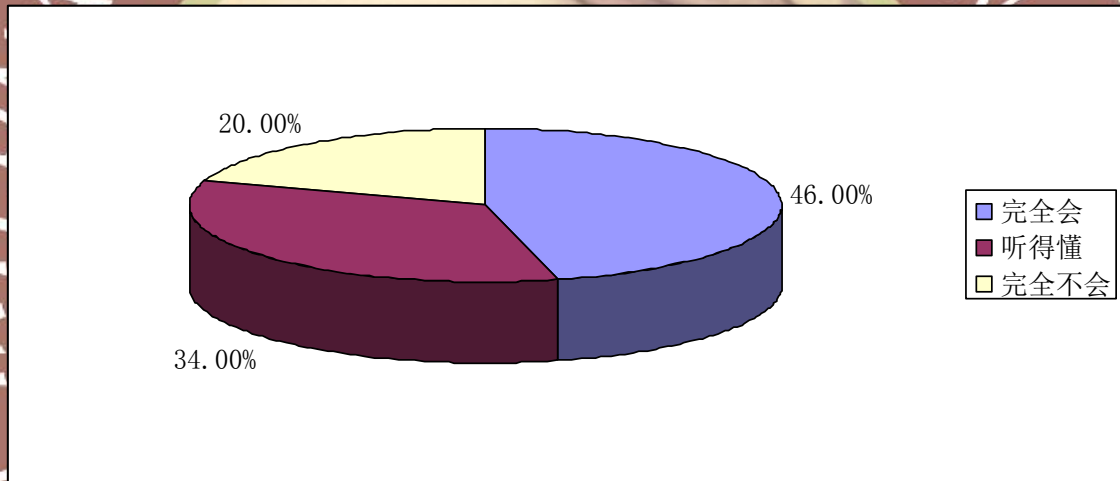


图1-1 总样本中东乡语的掌握使用情况

就东乡族聚居的毛毛村而言，完全掌握东乡语且每天都在使用的人数占85.30%，完全不会的仅有2.30%；而回、东乡族杂居的下城门村完全掌握东乡语且每天都在使用的人数占26.40%，完全不会的占20.80%（见图1-2）

。这就说明，整个东乡县东乡语的传承和发展在不同地区表现出极为不均衡的现状。

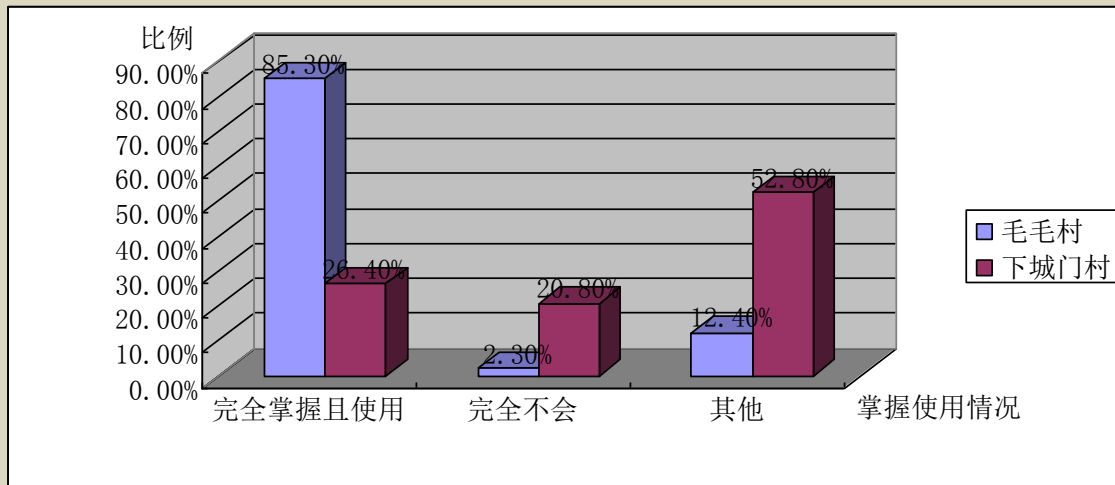


图1-2

两地区间对东乡语掌握使用情况的对比

然而这种不均衡不仅在横向上表现在不同地域方面，就纵向而言，不同年龄层次上也体现出不平衡性。以下以城门村为例进行分析。调查显示20岁以下的青年中有13.60%的完全掌握东乡语，20-30岁、30-40岁、40岁以上各阶段完全掌握东乡语的比例依次为14.80%、18.20%、53.40%。（见图1-3）

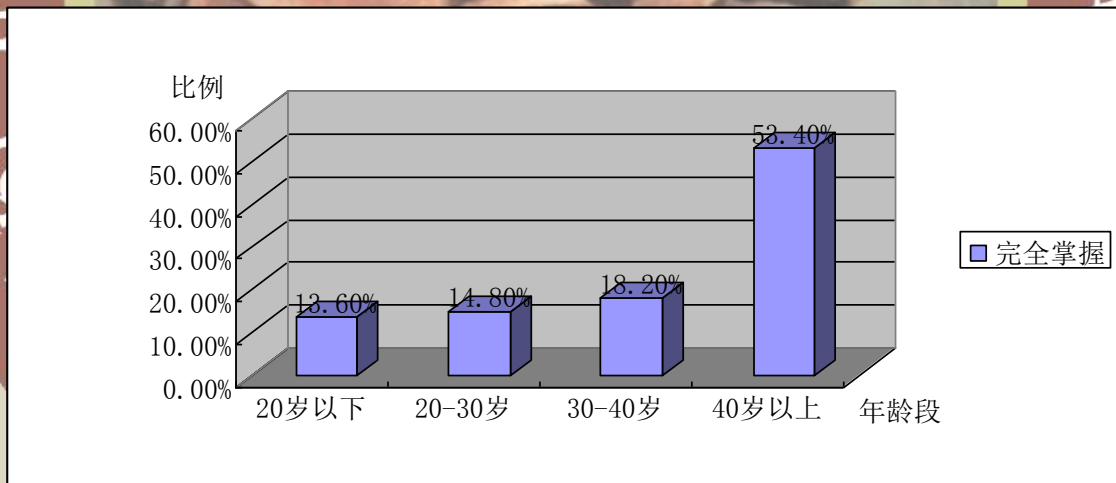


图1-3

下城门村中各年龄段对东乡语的掌握使用情况比较

现实已经为东乡语保护敲响了警钟，我们不得不担忧东乡语的未来，同时相关学者也明确指出：不要在少数民族语言濒临灭绝时才认识到民族语言的重要价值，对民



族语言的保护要居安思危，未雨绸缪。[5]因此，加强东乡语的代际传承和保护刻不容缓。

三、东乡语流失原因

东乡语作为一种民族语言，它的产生和濒临消亡与一定的社会因素和历史因素分不开。对东乡语由盛及衰渐趋消亡的原因进行深入的历史剖析，大致有以下几种。

（一）东乡语自身特点

东乡族只有民族语言，没有民族文字

[6]。语言代际传承的载体最重要的就是“文本”（Text），它包括书面文本（Paper Text）和口头文本（Oral

Text）两种。但对于没有文字的东乡语而言，它的传承和发展只能依靠口头文本。口头文本较之书面文本，其传承是有一定难度的。东乡语口头文本现在流传下来的很少，比较著名的就是东乡族民间叙事长诗《米拉尕黑》，但是其传承人现在屈指可数。在我们调研过程中，发现很多东乡人对于《米拉尕黑》很陌生，甚至没有听说过。《米拉尕黑》已经处于失传的边缘，还有许多未被整理收集的东乡民间故事没有得到保护，没有形成相关文本的记录。

同时，东乡语最初形成时主要运用于生活领域，因而词汇大多属于生活词汇，缺乏部分属于文化层次的词汇。尤其是随着社会的发展、人民生活方式的转变，东乡语在准确、详尽地反映生活、概况新事物方面显得先天不足。因此，借词现象越来越普及，许多汉语新词汇就被东乡族人民所接受和使用，甚至有些东乡族人民为了直接吸收汉语，干脆放弃了东乡语。在调查中，会说东乡语的居民中有36.20%的仅仅在家里与家人交流时使用，在外面交流时会使用汉语方言或者直接以普通话代替。在学校使用东乡语的占了11.00%，这是因为在他们的工作或学习环境中有较多的东乡族，因此使用的几率较大。

（二）外来语言的影响

随着社会的发展，或迫于生计外出打工，或外出求学，或族际通婚等，东乡族开始从封闭的民族聚居区走出来，与人口众多的回族、汉族进行沟通交流，并与这些民族居住在一起，逐渐形成大杂居、小聚居的生存环境。而东乡族在与回族、汉族的频繁接触中，从交往的实际需要出发，汉语便很自然地成为他们实现互动与交流的统一工具。

调研中，我们着重对青年人对东乡语的掌握情况进行了调查，发现在东乡族较为聚居的地区，20岁以下的青年人对于东乡语的掌握和使用情况较好，我们所调查的毛



毛村被问卷的青少年几乎全都掌握东乡语，且在日常生活中经常使用。而相对于回族与东乡族杂居的地区，东乡语的掌握和使用情况就不为乐观。尤其是在下城门村被调查的30岁以下的青年人中，高达48.10%的人完全不会说东乡语。而当谈到是否愿意学习东乡语时，46.30%的青年人表示没有时间精力，24.10%的认为不会说东乡语对其生活毫无影响。

可见，随着社会的发展、人民生活水平的提高，人与人之间、各民族之间的交往更为频繁。[7]

也就是说，随着时代的变迁，在大传统的语言环境下，作为小传统的东乡语必然会受到汉语的影响而进行变迁和演变，外来语言对东乡语的冲击是很大的。相对开放的地区东乡语的语境逐渐缩小，东乡语也逐渐萎缩；而相对封闭的地区，东乡语的保存相对较好。这也是东乡县东乡语发展不平衡的原因。

先进民族的文化对与之接融的周围民族有很强的同化作用，而这种同化是从作为文化载体的语言开始的。东乡族语言还未被同化，其原因有二：一是其文化具有一定的先进性，二是东乡族居民分布比较集中且与其他各族的交流比较少。因此保持东乡族的先进性必不可少。东乡族要发展就必须开放，就必须以博大的胸怀学习和吸收其他民族先进的思想和文化，但这些都必须要以传承和发扬本民族文化为基础，保持本民族文化的独立性和特殊性，否则这个民族就失去了安生立命的根本。毫无疑问，东乡族在这一点上做得并不是很好，当然这也是其他很多少数民族的通病，也是现代化发展的客观趋势。因此就整个东乡县而言，随着经济的开放以及外民族文化的影响等因素，东乡语的流失现象正在蔓延和扩展。

（三）东乡族自身的不重视

东乡语的生存和发展关键在于本民族内部对于语言权利和义务的意识觉醒，缺乏这种觉醒，东乡语就会不可避免地发生萎缩，其语言文化生态就会衰败。不幸的是，由于种种原因，很多东乡人恰恰对于本民族的文化和语言的价值与作用认识不够，对母语文化的兴衰缺乏关心和热情。有一部分人自己不说东乡语，也不向下一代传播东乡语，甚至还羞于使用母语，出现语言自卑的现象。东乡族民众自己目前还没有完全意识到民族语言即将流失的危机感以及带来的严重后果。

在调查中，当对东乡人问及他们对东乡语发展趋势的看法时，虽然有37.90%的人对东乡语的未来表示担忧，但是有29.30%的人对东乡语的发展表示乐观，这些人多是生活在东乡族聚居的地区，对东乡语的消退感受不是很大。同时，也有高达31.00%的人对东乡语的发展未来持无所谓的态度。（见图2-1）

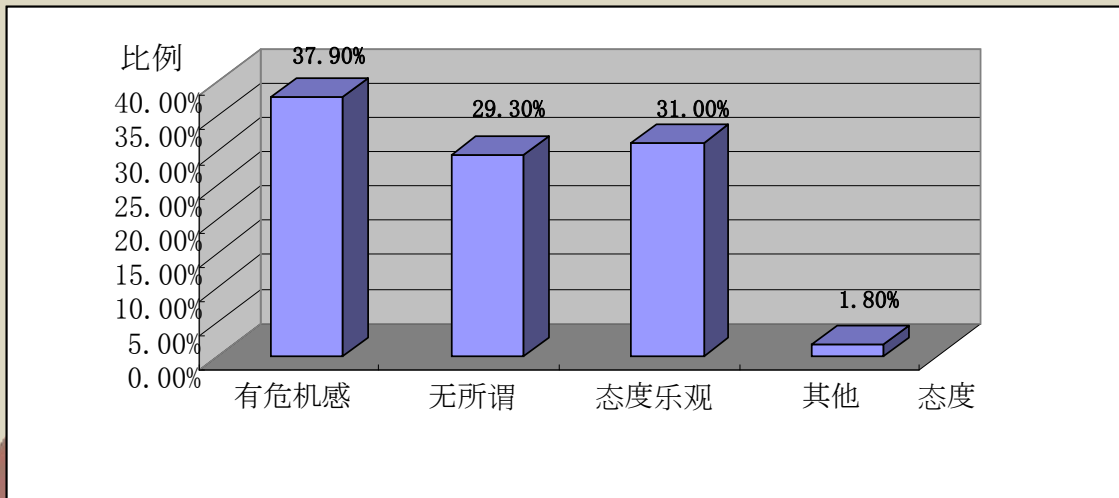


图2-1东乡族对东乡语发展趋势的态度

而当问及假设有一天东乡语消亡了，他们作何感想时。有51.70%的东乡族表示这将是东乡族乃至中华民族文化的一大损失。但是也有25.00%的人认为这是现代化的必然结果，东乡语已经跟不上时代的步伐。同时仍有23.30%的东乡族对此表现麻木不仁，认为对自己影响不大，持无所谓的态度。可见东乡语的价值和意义并没有受到多数人发现和关注（见图2-2）。

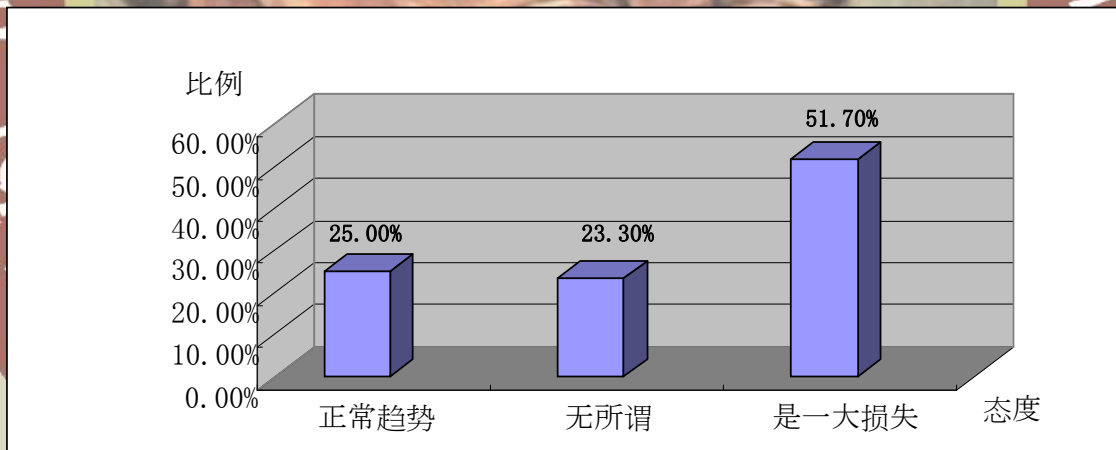


图2-2东乡族对东乡语没落的态度

东乡族对东乡语的认同感和自信心也是东乡族民族自信心和自豪感的体现。而对于一个民族而言，有着很强的民族自尊心和自豪感是极为重要的。民族青少年是一个民族的未来。东乡族未来发展如何，我们在很大程度上可以从东乡族青少年身上窥视全貌。在调查中，令我们较为惊讶的是，就20岁以下的东乡族青少年而言，在东乡族聚居区，62.50%的青少年对于本民族有强烈的自豪感和自信心。而在杂居地区，仅有



33.30%的青少年有着较强烈的民族自豪感,

有74.10%的人认为东乡族与回族之间并未存在很大的差异。随着东乡族对外开放性的不断增强,东乡族逐渐地被其他民族同化,同化不断加深的同时原来越多的人对于本民族文化的认同感也在下降,具有民族特色的东乡语也渐渐被遗弃。因此,东乡语的消退跟东乡族自身的重视程度是有很密切的联系。

(四) 学校教育的影响

接受学校教育使大部分东乡人不得不疏远了自己的母语。汉语目前是东乡人学习科技文化知识、接受外来信息、了解外部世界的主要语言手段,尤其是东乡族的儿童,上小学后就开始接受汉语教学。但是由于家长对东乡语的不重视,使儿童缺失了东乡语的学前家庭教育。这样,东乡族儿童不仅在学校里使用汉语,而且在家里也逐渐使用汉语。随着东乡族孩子年龄的增长,他们对其他周围的人也造成了不可避免的影响。

调查数据显示对东乡语完全掌握且每天都在使用的占总调查人数的43.10%,其中这部分人中有26.00%的人都是文盲,他们几乎没有受过正规的学校教育,因此汉文化对他们的影响是较小的。

不可否认,积极接受现代学校教育是加快东乡族地区经济、政治、文化发展的必要途径,但是学校教育也导致东乡语传承出现了困境。

四、建议及对策

语言危机是一个全球性的问题,其消亡速度远远超出人们的想象——平均每隔两个星期就会有一种语言消失。中国有129种语言,其中一半以上的活力都很低,至少二三十种语言处于濒危状态。[8]因此在这种文化大潮流下,要保护和传承东乡语势在必行。

(一) 政府方面

政府作为东乡族人民群众的代表和领导,对东乡语的保护责无旁贷。政府应该充分利用其强制性,采取切实有效的保护措施。

①加强宣传,转变少数民族语言无用论的错误思想★

传统的文化保护都是被动的,许多都是到了濒临灭绝才开始采取相应措施进行保护,而且只关注到了形式并未真正考虑民族语言持续传承、传承的根本动力等关键问题,结果使少数民族文化保护最终以文本、博物馆等标志性资源存在,缺乏原有的生机与活力。因此,在东乡语保护传承工作中政府应加大宣传力度,正确引导群众树立对本民族文化的正确认知和强烈认同感,改变东乡人心中“东乡语无用”的思想,通过



开展民族活动月、进行影视宣传等活动促进东乡语乃至整个东乡族文化的发展进步和传承的可持续性。

在影视文艺节目里积极运用少数民族语言文字,是一个提高民族语言文字社会声望的有效手段。政府可以有效地利用地方文化平台,录制运用本民族语言的本地电视节目,尤其是那些贴近民众生活的实用科技节目及东乡族群众喜闻乐见的民族特色文艺节目,包括东乡语花儿、相声、小品、时政新闻等。也可将一些受群众欢迎的电影、电视剧、动画片等用东乡语进行同声翻译。针对东乡族少年儿童,可以录制“学说普通话”、“学说东乡语”等节目。同时,用东乡语做各种时事政策广播宣传,党和国家的大政方针及各种信息立即就能深入少数民族心间。这样既能丰富民众的文化生活,又能宣传党和国家的民族政策,还能提高东乡语的社会声望,对促进东乡语的普及有很好的推动作用。

②收集口头文本,建立东乡族语言资源库

少数民族语言的传承光靠宣传和推广其重要性是行不通的,必须要有稳定可靠的重大课题,投入经费并有计划、有步骤、有系统地进行普查并设立档案,用录音、录像等现代手段建立民族语言文字数据库。

对于有语言无文字的东乡语而言,对于它的传承和保护,我们应该重点着眼于其口头文本的收集和保存工作上。各级政府、文化局、民族委员会等机构应对濒危的东乡族语言,考虑通过调查、收集、研究、整理等工作,设立有关濒危语言文字数据库,在东乡语口头文本的收集发挥重要作用。善于在东乡族日常生活中,发掘和收集口传文本,尤其是在一些东乡族较为特殊的仪式、活动中,例如在穆斯林主麻日(即伊斯兰教聚礼日,穆斯林于每周星期五(金曜日)下午在清真寺举行的宗教仪式)、斋月等期间,清真寺阿訇用东乡语讲的瓦尔兹(即阐释伊斯兰经典的演讲);东乡族丧礼上用东乡语讲的丧话;婚嫁仪式上讲的喜庆祝福的话;东乡族特有的东乡语花儿、儿歌、谚语等;还可以探究在清真寺搬阿訇(指清真寺聘迎开学阿訇的仪式)的时候,东乡地区采用东乡语说一些程式型的套话,将这种程序演变为一种能够持久延续的仪式,使之地方化为民间的传统等。通过录音、视频、谐音符号等手段记录这些东乡语,形成口头文本,加入语言资源库,使其更好地传承下去。

③加大资金投入,设立传承人

东乡族民族古籍的整理与研究也需要民族语言文字。除了加紧宣传,政府还可以投入资金,设立民族语言传承人,使其专门研究东乡语,致力于东乡语文化发展和传播等工作,从而实现东乡语的保护和传承。在本次调研中,有75.00%的东乡人表示政



府专门培养传承民族文化的高素质人才非常有必要，这种现象尤其表现在受过教育的东乡族学生和东乡族家长之间。有些东乡人还表示，语言文化的代际传承需要被延续下去，否则这将成为东乡文化乃至整个中华文化的极大损失。因此，政府可采取特别措施如在高考中特殊照顾等，对热爱本民族语言文字，并决心致力于相关研究工作的东乡族学生，尤其是完全掌握东乡语的学生，增加他们接受高等教育的机会，毕业后有相应指标保证学习民族语言文化专业的学生有上岗就业的机会。这样，即使不加宣传，民族语言文字的声望也会迅速提高，群众就不会认为民族语言文字是可有可无的东西。

同时，通过培养或引进语言学方面的研究人才，深入研究东乡语，努力开创出可推广度高的书面文字。或者敞开胸怀，大胆尝试借用其他民族语言文字记录东乡语，例如蒙语，阿语，拉丁语等，创设东乡语书面文本。这样，书面文本与口头文本相结合，这无疑对于东乡语来说是一个跨越式发展。当然，创立东乡语书面文本是个较为长久的探索过程，需要政府的大力支持和语言研究人才的不懈努力。

（二）家庭方面——加强东乡语的学前家庭教育

婴幼儿在1岁多的时候正是学习语言的最佳时期。由于在东乡族自治县内几乎没有幼儿园，因此东乡族家庭作为孩子学习东乡语的第一站，在东乡语教授方面承担着很大的责任。为了将本民族的传统文化更好地传承下去，家长不仅要教授孩子未来生活所必需的汉语言文化，而且还应让孩子从小开始接触和学习东乡语。

但在调研中我们发现，有55.20%的人认为对于东乡语的传承和保护，政府的责任最大；认为学校有责任的占总样本的15.50%；认为家庭有相关责任的有28.40%，可是矛盾的是这部分人当中有31.00%根本不愿意让自己的孩子学习东乡语，25.90%的人勉强觉得可以让孩子接触东乡语，但也不会刻意的去教。由于缺乏幼儿时期对东乡语的学习和东乡族传统文化的接触，现在的东乡族青少年不愿讲本民族语言，认为讲东乡话是老土，讲东乡话会被人看不起。

另一方面，我们也发现东乡语无用的言论也是一些家长不让孩子学习东乡语的原因之一。在被调查者中仅有的四名具本科学历的家长表示：会让孩子学习部分基本的东乡族用语，但更多以学习汉语为主。而学历在高中以下的家长中有40.00%的表示不愿让孩子学习东乡语，认为东乡语在未来社会中毫无用处，会让孩子以学习普通话为主。甚至有位家长明确表示“除了在这个山沟沟里能用上土话（东乡语）以外，出了东乡啊个管你会不会说土话（东乡语）！”。

这种东乡族语言无用的错误思想已深深扎根于部分家长的脑海中，从总体情况分析，具有越高学历的家长越能了解东乡语的重要意义越愿意让孩子接触东乡语。因此为了更好的保护东乡语，并实现东乡语持续的代际传承，我们应该从家庭方面入手，



提高家长对于东乡语教育的重视和觉悟，并积极引导家长从小给孩子教授东乡语，将孩子培养成在未来生活中可以双语通用的优秀人才。

(三) 学校方面——开设中小学民族语言课

在本次被访问的学生中有54.00%的表示他们只听得懂基本的东乡语，但平时交流用汉语；而有25.00%学生完全不会东乡语。青少年是民族文化的传承主体，作为民族未来的接班人，东乡族学生掌握本民族语言和基本文化常识是极为重要的。尝试在东乡族地区的小学、初中开设专门的民族语言课是推广东乡语，发扬东乡族优良传统的有效途径。

东乡族语言课程的内容设置可以是多样的，可以专讲东乡语及其历史渊源，也可以介绍东乡族服饰、饮食、生活习俗等文化，还可以教学生唱东乡语的花儿、讲东乡族传统故事等。课堂主要以东乡语授课为主，向当地东乡族以及回族、汉族学生传播东乡语，让学生在兴趣的引导下接受东乡语，学讲东乡语。在本次调研的被访者中，支持在学校开设民族常识课并认为切实可行的占样本总数的72.20%；认为没必要开设的只占10.10%。

因此，民族语言课的开设很有必要并且也会受到同学家长的欢迎。它可以让学生在潜移默化中，感受本民族文化的博大精深，培养其强烈的民族认同感和归属感。促进青少年对东乡语的接受和学习，东乡语即使没有文字，相信也可以保存和传承下去。

五、结束语

民族文化是一个民族的灵魂所在。而每个民族的语言对本民族个体的思维、性格、情感的发展以及知识体系的形成都具有不可替代的价值。但是近年来，随着时代的变迁和现代教育的普及，操用东乡语的人数减少、使用场合的稀少以及一部分人对语言危机的漠视等因素直接导致了少数民族语言的逐渐萎缩，进而走向消亡之路。本作品以东乡语为例，以甘肃省东乡县为调研基地，着重选取了东乡族聚居的锁南镇毛毛村和回族、东乡族杂居的唐汪镇下城门村这样两个具有典型性的村子进行对比研究。

1. 调研发现东乡语的发展总体而言，只有不到总人数一半的东乡族能够完整使用东乡语。同时，东乡县不同地区、不同年龄层的东乡族对东乡语的掌握和使用情况呈现出不平衡的状态。可见，东乡语的传承和发展目前面临着较为严峻的挑战。

2. 经调查分析，作品提出了东乡语传承与发展出现困境的原因。首先，东乡语只有语言，没有文字；同时，随着时代的发展，东乡语借此现象越来越普遍，导致在准确、详尽地反映生活、概况新事物方面显得先天不足。其次，外来语言对东乡语的冲



击也不容忽视。东乡族在与回族、汉族的频繁接触中，从交往的实际需要出发，汉语便很自然地成为他们实现互动与交流的统一工具。再次，接受学校教育也使大部分东乡人不得不疏远了自己的母语。

3.针对东乡语传承与发展困境，作品从政府、家庭、学校三个方面提出较为中肯的东乡语保护方案。首先，政府方面可以通过开展民族活动月、进行影视宣传等活动促进东乡语的发展。同时用录音、录像等现代手段收集东乡语口头文本，建立民族语言文字数据库。并且设立民族语言传承人，努力培养或引进语言研究人才，深入研究东乡语，尝试创设东乡语书面文本。其次，家庭作为东乡语儿童学习东乡语的第一站，加强东乡语的学前家庭教育也极为重要。最后，在东乡族地区的小学、初中开设内容丰富多彩的民族语言课，也是较为可行的措施。

4.总之，少数民族语言文字是重要的社会文化资源与财富。一种语言文字代表一个民族的长期知识积累，是该民族认识世界的知识体系。一种语言消失，就意味着一种文化的毁灭。而保护好一种民族语言文字，事实上就是为全人类保存了一份文化遗产。各民族语言文字并存并用，共同发展，对社会建设与文明进步有着巨大的意义。我们必须高度重视东乡族语言文化以及其他少数民族文化的保护和传承，从而实现中华民族五千年博大文化和厚重历史经验的薪火相传和发扬光大。

参考文献：

- [1]中华人民共和国国务院新闻办公室：《中国的民族政策与各民族共同繁荣发展》白皮书，2009(09)
- [2]资料来源：检察日报，2009.2.27
- [3]资料来源：文化中国-中国网
- [4]马志勇.甘肃东乡族史话[S]，甘肃文化出版社，2009版
- [5]周彦每.少数民族语言保护的宏观视界与认知机制解构.河北联合大学学报（社会科学版）[J]，2012（03）
- [6]万明钢.汉、藏、东乡族9—12岁儿童汉语被动句理解水平的跨文化比较研究.心理科学[J]，1991（04）
- [7]陈志伟.少数民族地区民族语言的传承——以黔东南苗族侗族自治州黄平县幼儿园为例.新闻世界[J]，2010（12）
- [8]罗姝芳.濒危语言：族群特征最后的载体.湖南城市学院学报[J]，2009（01）



ИБРАГИМ БИККУЛОВ ОБ ИСМАИЛЕ ГАСПРИНСКОМ

(начало XX века)

Флера Сайфулина*

Привлекший наше внимание в данной работе личность – Ибрагим Биккулов (1884-1938) – общественный деятель, педагог-просветитель, переводчик, а также журналист, известный в начале XX века активной литературно-публицистической деятельностью. Родившийся в семье известных еще в XIX веке мулл-религиозных деятелей Биккуловых, о которых писали в своих трудах именитые историки-богословы Шигабуддин Марджани и Ризауддин Фахруддин, Ибрагим Биккулов посвятил всю свою деятельность идее служения своему народу – образованию, просвещению татарского народа. [Сайфулина, 2016: 16] Он является одним из тех, кто пережил все тяготы «черных» лет репрессий национальной интеллигенции, чье имя незаслуженно забыто в советское время. При этом, его литературное наследие, равно как и общественная деятельность, достойно пристального внимания и разностороннего изучения.

Публицистическая деятельность Ибрагима Биккулова довольно широка. Современник и соратник основоположников татарской классической литературы, И. Биккулов оставил после себя бесценное наследие – объемные, аналитические статьи, посвященные анализу состояния татарского литературного движения начала XX века, национальных средств массовой информации, политического и социального положения страны в целом перед началом первой мировой войны.

Отдельное направление его публицистического наследия составляют статьи, посвященные деятельности известных современников, таких как Шигабуддин Марджани, Фатих Амирхан, Габдулла Тукай и др.

В данной работе нас интересует статья Ибрагима Биккулова «Беренче укытучы» (на татарском языке; рус.: «Первый учитель»), посвященная Исмаилу Гаспринскому, изданная 1914 году (14 сентября) в газете «Кояш» по случаю кончины великого просветителя. [Биккулов, 1914]

Исмаил-бей Гаспринский – крупный тюрко-татарский общественный деятель, публицист, беллетрист, реформатор старометодной религиозной школы, родился 8 марта 1851 г. в крымском селении Гаспра около г. Бахчисарая в Крыму в семье

* Доктор, Профессор, Казанский Федеральный Университет, Россия, e Mail: fsaifulina@mail.ru



небогатого татарского дворянина. Усилиями отца он поступил Московскую Военную гимназию (которого, однако не закончил), но эти годы сыграли значительную роль в формировании его взглядов. Позднее Гаспринский возвращается к себе на родину, прожив некоторое время отправляется в Стамбул и Париж, где знакомится с общественной жизнью Европы и Турции. Изучая французский опыт начального образования, он в дальнейшем перенимает идею о новометодном образовании - «ысулы жэдит».

В историографии тюркского политического движения И. Гаспринский считается основателем общетюркского общественного движения. Как отмечает историк А. Хабутдинов в своей статье «Рождение тюркской нации. Исмагил бей Гаспринский (1851-19140)», «Для отечественной историографии деятельность Гаспринского является отправной точкой политического движения мусульман России, направленного на самоопределение. История национал-коммунизма в Туркестане, Азербайджане, Крыму, Татарстане и Башкортостане начиналась с истории создания Гаспринским тюркского национального движения, как такового. В мировой историографии тюркского политического движения он считается основателем общетюркского общественного движения. [Хабутдинов, 2003: 30]

Статья Ибрагима Биккулова, изданная в вышеуказанном средстве массовой информации, оглавленная как «Первый учитель» раскрывает суть отношения автора к Исмаилу Гаспринскому. Известно, что многие уже в то время называли его уважительно «baba» - отец обновленческого движения в тюркском мире. В данной работе И. Биккулов пишет о том, что для всего тюркского мира был необходим такой человек, который выдвинул идею объединения все тюркские народы вокруг единой цели. С самого начала объемной статьи чувствуется глубокое уважение автора статьи к И. Гаспринскому. И. Биккулов пишет: «В прошлом веке, северные тюрки, воспитываемые идеями Марджани (Шигабуддин, ученый-историк, богослов), Насыри (Каюм, ученый-просветитель, педагог, писатель), Курсави (Габденнасыр, богослов), уже достигли «школьного» возраста. Единственно, нужен был мугаллим-учитель, который мог бы дать нам образование, соответствующее современным требованиям времени. Такой учитель вышел из Крымского полуострова. Он является первым учителем северных тюрков, который получил совершенное Европейское образование, и служил примером высокого воспитания и образования, был достойным интеллигентом Европейского склада...»

В анализируемой здесь статье Биккулов высоко оценивает деятельность И. Гаспринского в области образования тюрко-татарского народа, особо подчеркивая роль издаваемого им в течение 32-х лет газеты «Тарджиман» (Переводчик) в развитие культуры и образования всего тюркского народа, в том числе и татар Поволжья. К



изданию данной газеты Исмаил бей приступил 1883 году в г.Бахчисарае. Заслугой «первого учителя» Биккулов считает создание идеи объединения тюркских народов на основе единой веры (религии Ислама), общего языка и распространении веры в возможность развития тюркской культуры до европейского уровня. Автор анализируемой статьи подчеркивает мнение о том, что в деле реализации своей идеи в жизнь, И. Гаспринский широко использует возможности средств массовой информации. «Тарджиман» - была первой и единственной газетой на тюрко-татарском языке, издаваемой им на территории России более тридцати лет. Исмаил Гаспринский поддерживал и реализовал идею о служении собственному народу и постоянного ее просвещения посредством издательской деятельности. Именно благодаря данной газете по всей России распространялась идея о новометодных медресе, идеи джадидизма. Известно, что джадидизм – это общественное движение в сфере образования и культуры, которое было направлено на реформу образования, уже переставшего соответствовать духу Нового времени, поскольку покоилось на схоластическом образовании бухарского типа. На рубеже XIX-XX вв. объективной необходимостью стало внедрение в обучение современных наук и соответствующих знаний новой индустриальной эпохи. В широком смысле джадидизм является частью духовной культуры татарского народа. [<http://www.idmedina.ru/books/school-book/?1069>] Именно Исмаил Гаспринский был основателем нового метода в образовании и идеологом объединения тюркских народов России на основе одного литературного языка, понятного всем тюркским народам, системой просвещения и интеллигенцией. Известно, что в 1882 г., во время пребывания в Казани, И. Гаспринский встречался с Шигабудином Марджани, который был единственным в городе, кто поддержал его план издания газеты, наряду с братьями золотопромышленниками из Оренбурга Закиром и Шакиром Рамеевыми. [4]

Признание этой газеты и выписывание газеты «Тарджиман» среди татарской интеллигенции последней четверти XIX века считалось признаком образованности и интеллигентности, о чем говорит и тот факт, что в некоторых произведениях татарских писателей-просветителей данного периода положительные, образованные герои, приверженцы джадидитских идей, также получают и читают эту газету (к примеру, главный герой Хисамутдин в повести «Хисаметдин менла» Загира Бигиева), таким образом знакомятся с передовой частью всего тюрко-татарского мира.

И. Биккулов подчеркивает широту взглядов И. Гаспринского, который повлиял на формирование нового мировоззрения у молодого поколения татар конца XIX – начала XX вв. Как он пишет в данной статье: «Они (северные тюрки) поняли (до последнего осознали) значение деятельности своего учителя, в последнее время они воспринимали этого уважаемого, преклонного возраста учителя как своего отца, воспринимали его



слова как единственно верные, во всех проблемных (для себя) вопросах обращались к нему, спрашивали у него совета, считая его отцом и единственным предводителем».

И. Биккулов пишет, что Исмаила Гаспринского признали не только северные тюрки, но и весь исламский мир, своим упорством в достижении своих целей он заслужил у них всяческого уважения. Автор статьи далее пишет о том, что И. Гаспринский получил также признание и уважение у Европейских народов, с его мнением о мусульманах считаются, о нем пишут в серьезных книгах на немецком, английском, французском, русском языках. Его труды признаны на Востоке и Западе, он является личностью такого ранга, как Петр Великий для русских, Писталоцци – для немцев. За четверть века он дал больше возможности развития для северных тюрков, чем смогли бы они развиваться за один век. Он разбудил весь исламский мир и первым показал путь к образованию, дал азбуку (алифбу). Он дал первое образование всем – начиная от пастухов Гималайских гор, до арабов-бидуинов Мисра и Аравии. Он был единственным великим человеком во всем современном исламском мире.

Автор статьи сетует, что Всевышний создал всех тюркских народов – и вообще весь исламский мир несчастными, так как они оставались от своих воспитателей еще в “возрасте младенца”. Он воспринимает смерть Исмаила Гаспринского великим несчастьем для всех тюркских народов, которые казалось, вот только “закончили начальную школу”, которые только что начали смотреть на мир “чуть приоткрытыми глазами”. Тюрко-татарскому миру еще необходимо было политико-общественное воспитание, чтобы они могли бы управлять своим домом. И. Биккулов сравнивает весь тюркский мир, который потерял своего учителя, грудным младенцем, которого отняли у матери. “Мы сейчас остались без своего идейного руководителя, как пчелиная семья, которая потеряла свою матку. Это огромная потеря, которую нельзя осознать, не хватит слез, чтобы оплакивать это великое горе. Эта боль потери на долгие годы останется в наших сердцах”.

Биккулов высоко оценивает организаторскую способность И. Гаспринского в объединении тюркских народов, с потерей которого уходит и эта возможность. Он еще раз напоминает читателю идеалы, провозгласимые Гаспринским на страницах своей газеты, “...общайтесь на едином языке, Европейскую культуру дополните Исламскими идеями, тюркским видением мира, тогда будете богаты, интеллигентны, прогрессивны, будете здоровой нацией татаро-тюрков, будете жить в этом мире счастливо; но если не будете придерживаться моих учений (жить как я вам говорил), станете несчастны и погибнете”.

Просветитель, известный журналист Ибрагим Биккулов также пишет о необходимости продолжить реформы школ, который поднимал в свое время и до последнего вдоха реализовывал в жизнь их учитель. Он подчеркивает, что это – его

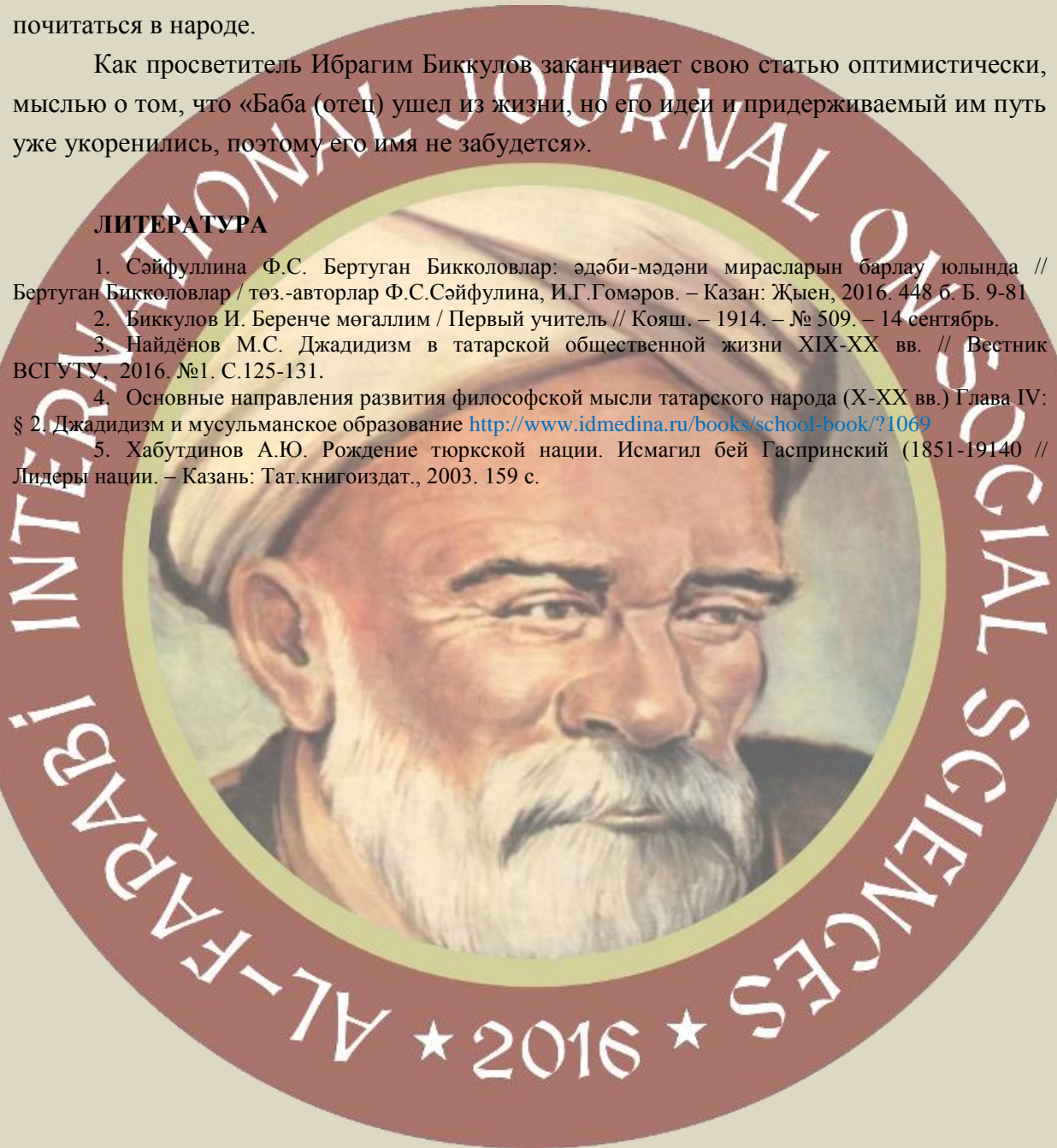


завещание всему тюркскому миру. Если только будут продолжать работу эти школы нового типа - «ысулы жәдит» - только тогда мы можем быть уверены, что имя первого учителя будет жить в сердцах каждого. Автор статьи уверен, что, пока будет жить татаро-тюркская нация – имя учителя не забудется, и его идеи и идеалы будут почитаться в народе.

Как просветитель Ибрагим Биккулов заканчивает свою статью оптимистически, мыслью о том, что «Баба (отец) ушел из жизни, но его идеи и придерживаемый им путь уже укоренились, поэтому его имя не забудется».

ЛИТЕРАТУРА

1. Сәйфуллина Ф.С. Бертуган Бикколовлар: әдәби-мәдәни мирасларын барлау юлында // Бертуган Бикколовлар / тез.-авторлар Ф.С.Сәйфуллина, И.Г.Гомәров. – Казан: Жыен, 2016. 448 б. Б. 9-81.
2. Биккулов И. Беренче мөгаллим / Первый учитель // Кояш. – 1914. – № 509. – 14 сентябрь.
3. Найдёнов М.С. Джадидизм в татарской общественной жизни XIX-XX вв. // Вестник ВСГУТУ, 2016. №1. С.125-131.
4. Основные направления развития философской мысли татарского народа (X-XX вв.) Глава IV: § 2. Джадидизм и мусульманское образование <http://www.idmedina.ru/books/school-book/?1069>
5. Хабутдинов А.Ю. Рождение тюркской нации. Исагил бей Гаспринский (1851-1914) // Лидеры нации. – Казань: Тат.книгоиздат., 2003. 159 с.





EĞİTİM VE BEŞERİ SERMAYENİN KALKINMA ÜZERİNE ETKİSİ

Salih ÖZTÜRK*

Özet

Ülkelerin ekonomik, sosyal ve siyasal gelişmişlik düzeylerini belirleyen en önemli yapı taşlarından biri eğitimidir. Eğitim en genel haliyle bireyleri öngörülen hedefe yönelten, bireye bilgi, beceri ve davranış değişikliği kazandıran ve onu yeniden biçimlendiren bir sürecin adıdır. Eğitim mikro iktisadi açıdan bireysel geliri ifade ederken makro iktisadi açıdan da ekonomik kalkınmayı belirleyen en önemli beşeri sermaye unsurlarından biridir. Bu sayede bireylerin ekonomik ve sosyal gelişmelerine katkı sağlayan eğitimin önemi giderek artmaktadır.

Eğitim bireylerin sosyal ve ekonomik gelişmelerine yön verirken, yetiştireceği insan sayısını ve onlara kazandıracağı nitelikleri belirlerken ekonominin etkisi altında kalmaktadır. Bu sayede ekonominin istek ve beklentilerini göz önünde bulundurmaktadır. Böylece bireyleri nitelikli üretici ve tüketici haline getirir ve nitelikli mal ve hizmet üretmek için ekonominin kalkınmasına katkıda bulunur. Bu çalışmada eğitimin kalkınma ile olan ilişkisi göz önüne alınarak beşeri sermayenin kalkınma üzerindeki etkileri tartışılmış eğitime yapılan harcamalar ve eğitimin gelire olan ilişkileri incelenmiş olup, ülke gelişmesindeki rolü değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Beşeri Sermaye, Büyüme, Kalkınma, Türkiye

Abstract

Education is one of the most important tools of countries which determine economic, politic and social development levels. Education is a process that shapes the individual's knowledge, ability, behavior and motivations. From the point of micro economics view, education means personal income; macro economics define it as an important tool which explain the economic development.

Keywords: Education, social capital, Development, Growth, Turkey

GİRİŞ

Eğitim, ülkenin eğitilmiş insan gücünü hazırlayan araç olarak, bir ülkenin, en temel yatırımdır. Ülkelerin kalkınmışlık düzeyleri, kişi başına düşen milli gelir yanında, ülkelerin sahip olduğu eğitilmiş insan gücü oranıyla da ölçülür. Bu yüzden, bir ülkenin kalkınmasında temel olan ekonomi ve sağlık faktörlerinin yanında, bunlar kadar önem kazanan, hatta bunların kaynağı olan eğitim faktörü çok önemlidir.

Eğitim düzeyinin yükselmesi, beşeri sermayenin dinamik, etkin ve verimli olması demektir. Üretim süreci içinde fark yaratan bir unsur olan beşeri sermaye, fiziki sermayeden söz konusu özelliği itibarıyla ayrılmaktadır. Bu anlamda beşeri sermaye yatırımının etkisi ve geri dönüşümü, fiziki sermayeye oranla daha yüksek ve etkin olmaktadır.

Ülkelerin küresel rekabette öne çıkmasını sağlayan beşeri sermaye, eğitim faktörünün etkisiyle bir değer oluşturmaktadır. Eğitimin önemi ise, ülkelerin gelişmişlik düzeylerindeki farklılıklarla ortaya çıkmıştır. Bilgi ve nitelikli iş gücünün birleşimi ulusal ekonomilerde

* Prof. Dr., Namık Kemal Üniversitesi, İİBF, E Mail: salihozturk@nku.edu.tr



büyük farklılıklar yaratmış ve her ülke öncelikle eğitim ve beşeri sermayelerini artırma yoluna gitmişlerdir.

Beşeri sermaye; üretime katılan iş gücünün sahip olduğu ve diğer üretim faktörlerinin daha verimli kullanılmasına imkân veren bilgi, beceri, tecrübe ve dinamizm gibi pozitif değerler olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu değerler, yeni teknolojilerin bulunması ve etkin bir şekilde kullanılmasına yol açmakta, böylece ekonomik büyüme artmakta ve ülke ekonomisi daha hızlı gelişebilmektedir.

Beşeri sermaye kavramı, iktisadi faaliyetlerle ilgili olarak bireylerde oluşan bilgi, beceri, tecrübe ve dinamizm gibi nitelikleri kapsamaktadır. Bu tanım geniş anlamda ele alındığında ise, insanın üretken olarak ortaya koyabileceği bütün nitelikleri içermektedir. Dolayısıyla, bu nitelikleri kazanmaya yönelik olarak yapılan faaliyetler yatırım olarak değerlendirilmektedir.

Beşeri sermayenin geliştirilmesi ve etkin bir şekilde kullanılabilmesi, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça önemlidir. Beşeri sermayenin geliştirilmesi için, eğitilmiş ve sağlıklı bir topluma ihtiyaç vardır. Söz konusu sermayenin verimli olarak değerlendirilebilmesi için de bireylerin maddi imkânlar ve sosyal ilişkiler bakımından tatmin olması vazgeçilmez bir koşuldur.

Beşeri sermayeyle ilgili olarak yapılan ampirik çalışmaların çoğunda, beşeri sermaye yatırımlarının tarım ve sanayi sektörlerindeki yüksek verimliliğe, gelir dağılımının daha adil olmasına, istihdam imkanlarının artmasına, bölgeler arası gelişmişlik farklarının giderilmesine ve bunun gibi birçok olumlu etkiye yol açtığı tespit edilmiştir.

Bilginin ve nitelikli iş gücünün ekonomik hayattaki rolünün yanı sıra, beşeri sermayenin iktisadi gelişme üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik teorik ve ampirik çalışmalar hız kazanmakta ve bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar, beşeri sermayenin ekonomik büyümenin en önemli faktörlerinden biri olduğunu göstermektedir.

EĞİTİM VE BEŞERİ SERMAYE KAVRAMLARI

Eğitim, ilk insandan beri var olan bir şeydir. Eğitim, her geçen gün değeri ve önemi artan ve ülkelerin kalkınmalarının temel taşı olarak kabul edilen bir özelliğine sahiptir (Henry, 1985: 88-89). Bu nedenle eğitim anlayışı, her çağda o dönemin özelliklerine göre de şekillenmiş ve yapılanmıştır (Dewey, 2007: 61). İnsana yapılan yatırımların sonucu olan beşeri sermaye, insanın sahip olduğu bilgisinden, yeteneklerinden ve yaşamında edindiği değerlerinden ayrı tutulamaz (Karadeniz, 2007: 19). Söz konusu tüm unsurlar, beşeri sermayeye eğitim yoluyla kazandırılan süreçleri ifade eder. Eğitim ve beşeri sermaye arasındaki bu etkileşimin anlaşılması için her bir kavramın içeriğinin incelenmesi gerekmektedir.

Eğitim

Eğitim, tek tanım altında toplanamayan geniş ve karmaşık bir kavramdır. Bu nedenle eğitime ilişkin çok farklı tanımlamalara rastlamak mümkündür. Bu farklılıklar büyük oranda eğitim kavramının soyut bir kavram olması, kapsamının çok geniş olması, dinamik bir süreci içermesi ve çok farklı teorik temellere dayanmasından kaynaklanmaktadır. Aralarında önemli



farklılıklar olmasına rağmen bu tanımların ortak yönü; eğitimin bireyin bilgi, beceri, tutum ve davranışlarında değişiklik meydana getirme süreci olarak ele alınmasıdır. Eğitim en çok bilinen tanımıyla, "*bireyin davranışlarında, kendi yaşantısı yoluyla ve kasıtlı olarak olumlu ve istendik yönde değişiklik oluşturma sürecidir*" (Ertürk, 1972: 12; Kaya, 1993: 11). Bir olay, daha doğrusu bir eylem ve bir süreç olarak eğitim; insanın kendisi ya da başka biri üzerinde bilinçli olarak istenen davranış değişikliklerini yapmak üzere etkide bulunma sürecidir. Davranış değişikliği, öğrenmenin bir sonucu olarak uzun bir süreçte gerçekleşir. Bu anlamda eğitimin bir davranış değiştirme süreci olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan bireyde değiştirilmesi amaçlanan davranışlar değer yargıları doğrultusunda olacağı için, eğitim süreci aynı zamanda kültür kalıtımının da kuşaktan kuşağa aktarılma süreci olarak algılanabilir (Uysal, 2004: 82). Davranışın değişmesi ancak bireyin kendi yaşantısı yoluyla olabilir. Bireyin davranışını değiştirmenin eğitim olarak adlandırılabilmesi için davranışın istenilerek ve kasıtlı (planlı) değiştirilmesi gerekmektedir. Eğitim, bütün bunların bir zaman akımı içinde yer aldığı bir süreçle oluşur (Başaran, 1984: 16-17).

Diğer bir tanıma göre eğitim; kişiliğin gelişmesine yardım eden ve onu temel alan, onu yetişkinliğe hazırlayan gerekli bilgi, beceri ve davranışlar elde etmesine yarayan bir süreçtir. Eğitim insana sosyal değerlerin, sosyal normların bilgisini kazandırır. İnsan bu bilgilerden yararlanarak davranışlarını toplumun beklentileri doğrultusunda biçimlendirir. Böylece toplumsal çevreye uyum sağlayarak toplum tarafından dışlanmaktan kurtulur (Rorty, 1999: 114). Başka bir tanımda ise eğitim, kültürün genç kuşaklara aktarılması ve çağdaş koşullar altında bir toplumun varlığını sürdürebilmesi için zorunlu sosyal değişimleri başlatabilecek yaratıcı kişilerin yetiştirilmesidir (Levinson vd., 2002: 639). Eğitim yoluyla hem sosyal ve kültürel birikim kuşaktan kuşağa aktarılır hem de çağdaşlaşmanın gerektirdiği zorunlu kültür değişimleri gerçekleştirilir. Günümüzde eğitim, insana bedensel ve zihinsel beceriler kazandırarak pozitif düşünen, algılama ve sorun çözme yeteneği gelişmiş, öğrenmeyi öğrenebilen yüksek nitelikli, bilgi çağı insanını yetiştirme sorumluluğunu üstlenmiştir. Çünkü, toplumun gereksinimi olan nitelikli ve özellikle yüksek nitelikli insan gücü, ancak nitelikli eğitimle sağlanabilecektir.

Toplum bireylerinin, gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan ve toplumsal açık bir sistem olan eğitim kurumu, ülkenin eğitilmiş nitelikli insan gücünü hazırlayan bir araçtır. Hem bireyin hem de toplumun refah ve mutluluğunun sağlanmasında önemli bir yere sahiptir. Eğitimin, kalkınmanın en etkili araçlarından biri olarak görülmesi nedeniyle, en değerli yatırımın insan kaynaklarına yapılan yatırım olduğu fikri de artık geniş ölçüde kabul görmektedir. Eğitimin, bireysel gelişmeyi sağladığı gibi, daha geniş anlamda toplumsal, ekonomik ve sosyal kalkınmayı da sağladığı söylenebilir (Hoşgörür ve Gezgin, 2007: 1).

Beşeri Sermaye

Büyümenin temel unsuru olan sermaye, üretime pozitif katkısı olan her türlü maddi ve maddi olmayan iktisadi değerler olarak kabul edilmektedir (David, 2001: 22). Genellikle sermaye denildiğinde, üretimde kullanılan makine, teçhizat ve diğer ekipmanlar, para gibi fiziki değerler akla gelmektedir (Luthans vd., 2004: 46). Oysa, iyi yetiştirilmiş ve beceri kazandırılmış dengeli ve sağlıklı beslenebilen insan kaynağı, üretimde verimliliği artırmakla kalmayıp, yeni teknolojik icatların rasyonel şekilde kullanılmasına da katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla üretime katılan kişinin sahip olduğu ve genel anlamda insanın niteliğini vurgulayan bilgi, beceri, tecrübe ve dinamizm gibi pozitif değerler, beşeri sermaye olarak



kabul edilmektedir (Karagül, 2003: 81). Üretim sürecindeki rolü insana, tıpkı üretim üzerinde fiziki sermayenin etkisi gibi, sermaye benzeri bir nitelik kazandırmaktadır. Emek, girişimci ve teknik bilgi faktörlerinin sahibi olarak, insanın nitelikli veya niteliksiz olarak her iki şekilde de ekonomik sürece katkısı, insanın bir sermaye unsuru olmasından kaynaklanmaktadır (Tunç, 1998: 84).

Sürdürülebilir ekonomik büyümenin temel dinamiklerinden biri olan beşeri sermaye, her bireyde herhangi bir karakteristik dozda cisimleşmiş, maddi olmayan üretim yeteneği ya da iş gücünün sahip olduğu bilgi ve beceri donanımı olarak tanımlanmaktadır (Şimşek, 2006: 10). Dolayısıyla, beşeri sermayeyi, iş gücünün sahip olduğu bilgi, beceri ve diğer niteliklerin toplam değeri olarak tanımlayarak beşeri sermayenin "değer" özelliğine vurgu yapmak gerekir (Altay, 2005: 3).

Günümüzde beşeri sermaye kavramı, bir kişinin iktisadi faaliyetlerdeki verimliliğinin artmasını sağlayan bilgi, beceri ve yetenekler olarak tanımlanmaktadır. Birçok yazar, kişisel verimliliği büyük ölçüde etkileyen çalışma isteği, meslek memnuniyeti ve iş doyumunu gibi duygusal etkenleri göz ardı etmiştir. Beşeri sermayenin değeri doğrudan ya da dolaylı olarak üretilen mal ve hizmetlerin tüketim değeri ile aynıdır. Mal ve hizmetlerin değeri yükseldiğinde beşeri sermayenin değeri yükselecek, mal ve hizmetlerin değeri düştüğünde beşeri sermayenin değeri düşecektir (Atik 2006: 6). Bu tanımlarla, bireylerin sahip oldukları niteliklerin beşeri sermaye sayılabilmesi için ekonomik faaliyetlerle ve üretilen mal ve hizmetlerle ölçülebilir olması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, beşeri sermaye, *insanların sahip oldukları niteliklerinin kendi gelirlerine ve milli gelirlere olan katkısıyla birlikte, sosyal katkıları düşünülerek geniş olarak tanımlanabileceği belirtilmiş ve beşer sermayeyi sonuçları itibariyle, bireyin ve toplumun iktisadi gelişmesine katkıda bulunacak ve iktisadi gelişmenin unsurlarını geliştirecek sosyal ve diğer alanlardaki tüm nitelik ve faaliyetler* olarak tanımlanmıştır (Zhao, 2008: 806).

Beşeri sermayenin söz konusu nitelik ve faaliyetlerini oluşturan boyutları aşağıdaki gibi belirtilebilir (Sapançalı, 2009: 121):

1. İletişim,
2. Sayısal zekâ,
3. Kişiye ilişkin yapısal beceriler;
 - Motivasyon ve azim,
 - Öğrenmeyi öğrenme ve kendini disipline etme,
 - Yaşamsal hedefler ve ahlaki değerleri bağlamında yargılama kapasitesi,
4. Diğer insanlarla kurulan ilişkilerdeki beceriler;
 - Takım çalışması,
 - Liderlik,
5. Çeşitli alanlara ilişkin diğer beceri ve nitelikler;
 - Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanma becerisi,
 - Zımnî bilgi,
 - Sorun çözme,
 - Fiziksel beceri ve ustalık.



EĞİTİM-BEŞERİ SERMAYE İLİŞKİSİ

Beşeri sermaye kavramı değişimin, bilginin ve teknolojinin giderek önemli olduğu günümüz toplumlarında, bireylerin bu sürece ayak uydurması için gerekli donanımına sahip olması anlamında eğitime vurgu yapar (Sapancalı, 2009: 123). Eğitim, bilginin aktarılmasında, bireyin mesleki yaşama hazırlanmasında, toplumsal değer ve normların yeni nesillere aktarılmasında önemli bir yere sahiptir. Bu anlamda toplumsal bütünleşme, toplumsal kontrol ve toplumsal değişimin sağlanması yine eğitimle gerçekleşmektedir (Demaine, 1981: 36).

Eğitimin, insan kaynaklarının beceri ve üretkenlik kapasitesini geliştirme yoluyla iş gücü verimliliğini artırarak ekonomik büyümeyi hızlandırdığı, ekonomik büyümenin de gelir artışı yoluyla sağlık, eğitim, sosyal harcamaları artırarak insani kalkınmayı yüksek düzeylere taşıdığı görüşü önem kazanmıştır (Grant, 1968: 29). Özet olarak, eğitim ve beşeri sermaye ilişkisi bireyin geliştirilmesi noktasında kendini göstermektedir. Ayrıca bu ilişki, beşeri boyuttan sosyal, kültürel ve ekonomik boyuta ulaşarak güçlü bir gelişme dinamiğini meydana getirmektedir.

EĞİTİM VE BEŞERİ SERMAYENİN KALKINMAYA ETKİSİ

İktisadi kalkınma, gelir artışını, eğitim ve sağlık düzeylerinin yükselmesini, verim artışını, teknolojik gelişmeyi ve benzer birçok faktörü kapsamaktadır (Bassanini ve Scarpetta, 2001: 2). Bu faktörlerin her biri iktisadi kalkınmayı farklı yönlerden ifade etmektedir. Bunlara paralel olarak okuryazarlık ve okullaşma oranı, ortalama yaşam süresi gibi değerler de bir ülkenin gelişmişlik düzeyinin göstergesidir. Bütün bunlar kalkınmanın merkezine insanı yerleştirmektedir. İnsanın düşüncesi, yetenekleri, eğitim düzeyi ile oluşan ekonomik ve kültürel ortam, yenilik ve yaratıcılığı gerçekleştirerek üretim sürecinin girdisi olarak ekonomiye katkı sağlamaktadır. İnsan unsuru üzerine ya da insan gücü kaynaklarının geliştirilmesi için yapılacak yatırımların sosyal ve yapısal değişimi hızlandırıcı ve üretim seviyesini yükseltici çok önemli etkileri vardır (Schultz, 1961: 4-5).

Yukarıda da bahsedildiği gibi, insanın sahip olduğu bilgi ve beceri düzeyi, bireyin ve toplumun en önemli servetidir. Ekonomideki insan gücünün yeni ve ileri teknolojilere dayalı üretim süreçlerini başarıyla gerçekleştirebilmesi için hizmet öncesinde nitelikli bir eğitim alması, iş hayatında ise sürekli olarak önceki eğitimine ilave eğitim görmesi gerekmektedir. Bilgi artışı ve buna dayalı teknolojik gelişim, uzmanlık alanlarının daha da çeşitlenmesine neden olmuştur. Gelişmiş bir toplumla geri kalmış bir toplum arasındaki temel fark, ülkelerin sahip oldukları insan varlıklarının nitelikleri arasındaki farktır (Hoşgörür ve Gezgin, 2007: 8).

Gelişmekte olan ülkelerin en büyük açmazları sermaye yetersizliğinden ziyade kaynakları optimum kullanacak yetişmiş insan gücü yetersizliğidir (Aydın ve Oğuz, 2008: 237). Kalkınmamış bir ülke açısından, sadece üretim faktörlerinin en uygun bir biçimde nasıl bir araya getirileceği değil, aynı zamanda üretim faktörlerinin nasıl elde edileceği ve üretimi artırmak için nasıl kullanılacağı da önem taşımaktadır. Ancak, gelişmiş ülkeleri



yakalayabilmek için bu da yeterli değildir. Bu amaca ulaşmak için, yeni teknolojileri aktarmanın ötesinde bu teknolojileri daha da geliştirebilecek bir bilgi ve teknoloji kapasitenin oluşturulabilmesi gerekmektedir (Benhabib ve Spiegel, 1994: 169). Bu ise, temelde bir ülkenin sahip olduğu beşeri sermayeye bağlıdır. Beşeri sermayenin kalitesini ve miktarını belirleyen en önemli etmen ise eğitimidir. Bu sebeple, eğitimi gerçekleştiren kurumların hem nitel hem de nicel olarak, ülke ihtiyaçlarını karşılayabilir düzeyde olması çok büyük öneme sahiptir (Schultz, 1961: 14; Stokey, 1991: 592).

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmesi, önemli derecede, o ülkenin beşeri sermaye birikim hızına dayanmaktadır. Bu sebeple, insan varlığının geliştirilmesi için yapılan yatırımlar, çağdaş dünyada ileri hamleler yapmak isteyen bir ülkenin başlıca ilgi sahası olmaktadır (Becker, 1975: 10). Beşeri sermayenin geliştirilmesi, bir toplumda yer alan herkesin bilgi, beceri ve kapasitesinin artırılması olayıdır. Ekonomik anlamda bu olay, beşeri sermaye birikimi ve ekonominin gelişmesinde, beşeri sermaye yatırımı olarak tanımlanabilir. Siyasi anlamda beşeri sermayenin geliştirilmesi ise bireyleri, özellikle demokratik bir toplumda siyasi faaliyetlere katılmaya hazırlamaktadır (Barro, 2001: 12). Eğitim kalkınmanın gerekli kıldığı kültürel ve sosyal ortamın müsait hale getirilmesini sağlayarak toplumsal örgütlenmenin etkinliğini artırmaktadır. Eğitim düzeyinin yükselmesiyle bilimsel araştırmalar artmakta, birçok az gelişmiş ülkede mevcut nitelikli insan gücü darboğazı aşılmakta ve bilgi stoku yükselmektedir. Teknolojik gelişmeler hızlanmakta, sosyokültürel ortamın frenleyici öğeleri kırılmakta ve sonuç olarak iktisadi kalkınma hızlanmaktadır (Unay, 1982: 25).

TÜRKİYE'NİN EĞİTİM VE BEŞERİ SERMAYE AÇISINDAN ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye'nin eğitim ve beşeri sermaye açısından değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu doğrultuda, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından hazırlanan İnsani Gelişme Raporu ve OECD'nin Bir Bakışta Eğitim Raporu sonuçlarından yararlanılmıştır. 1990 yılından itibaren her yıl yayınlanan insani gelişme raporlarında; bir toplumun gerçek zenginliğinin, insanların hoşlanacağı bir çevrenin varlığına imkan veren, sağlıklı ve özgür bir yaşam ortamından faydalanabilen vatandaşlar ile sağlanabileceği ifade edilmektedir. İnsani gelişme, insanların seçeneklerini artırma süreci olarak tanımlanmakta, uzun ve sağlıklı bir yaşamı, bilgi edinmeyi ve iyi bir yaşam standardı için gerekli koşulların sağlanmasını ifade etmektedir. Beşeri kalkınmanın sonsuz sayıda göstergesi olmasına rağmen ölçmedeki zorluklar, çok sayıda değişkenle çalışmanın dikkatleri başka yönler kaydıracağı ve temel göstergelerin vurgulanamaması endişesi, sınırlı sayıda gösterge ile çalışmayı zorunlu kıldığından, beşeri kalkınmanın 3 boyutu ile ilgilenilmiştir.

KRİTERLER	UZUN VE SAĞLIKLI YASAM	BİLGİ		KALİTELİ YASAM STANDARTI
GÖSTERGELER	Doğumdaki Yaşam Beklentisi	Yetişkin Okuryazar Oranı	Okullaşma Oranı	Kişi Başına. GSYİH
ALT İNDEKSLER	Yaşam Beklentisi Endeksi	Eğitim Endeksi		Kişi Başına GSYİH Endeksi

Aşağıdaki tabloda UNDP tarafından geliştirilen insani gelişme endeksinin hesaplama yöntemi gösterilmiştir. İnsani gelişme endeksi 3 temel boyutta ele alınmaktadır. İnsani



gelişme endeksinin birinci boyutu uzun ve sağlıklı yaşam olup, ortalama yaşam beklentisi ile ölçülmektedir. Bireylerin sağlık ve beslenme ile ilgili hizmetler konusunda iyi durumda oldukları ülkelerde ortalama yaşam süresi diğer ülkelere göre yüksek olmaktadır. İnsani gelişme endeksinin ikinci boyutunu oluşturan bilgi ve eğitim ise, okuryazarlık oranı ve okullaşma oranı ile ölçülmektedir. İyi bir yaşam sürdürülebilmek için gerekli kaynaklara sahip olabilmek, insani gelişmenin üçüncü boyutunu oluşturmaktadır. Bu boyut insani gelişme endeksinde ortalama gelir ile ölçülmektedir. Bu açıklamalar beşeri sermayenin esas itibarıyla eğitim düzeyi, sağlık şartları ve hayat standardını temsil eden göstergelerle ölçüldüğünü ortaya koymaktadır. Bu göstergelerin ölçüm için kullanılmasının nedeni, toplumların kalkınmasında önemli bir unsur olan insan unsurunun iyi bir eğitim düzeyine, sağlıklı bir yaşama ve yüksek bir hayat standardına sahip olması gerektiği düşüncesidir (UNDP, 2008: 355).

İnsani gelişme endeksinde, 0.800'ün üzerinde değer alan ülkeler, çok yüksek insani gelişme grubuna, 0.799 - 0.700 arasındaki ülkeler, yüksek insani gelişme grubuna, 0.699 - 0.400 arasındaki ülkeler, orta insani gelişme grubuna ve 0,399 altında olan ülkeler ise, gelişmemiş ülkeler grubuna girmektedir (UNDP, 2013: 18).

Tablo 2. Seçilmiş Bazı Ülkelerde İnsani Gelişme Değerleri

Ülkeler	Gelişmişlik Düzeyi	İnsani Gelişme Endeksi Değeri	Ortalama Yaşam Süresi	Yetişkin Okuryazar Oran	Okullaşma Oranı
1. Norveç	Çok Yüksek	0.955	80.5	100	98.6
2. Avustralya	Çok Yüksek	0.938	81.4	100	98.2
3. ABD	Çok Yüksek	0.937	81.7	100	96.0
4. Hollanda	Çok Yüksek	0.921	80.6	100	99.3
5. Almanya	Çok Yüksek	0.920	79.7	100	97.6
6. Yeni Zelanda	Çok Yüksek	0.919	79.8	100	97.5
7. İrlanda	Çok Yüksek	0.916	80.8	100	94.3
7. İsveç	Çok Yüksek	0.916	81	100	95.4
9. İsviçre	Çok Yüksek	0.913	81.7	100	83.7
10. Japonya	Çok Yüksek	0.912	82.7	100	86.6
13. Kanada	Çok Yüksek	0.911	79.1	100	92.4
20. Fransa	Çok Yüksek	0.893	79.3	100	89.2
26. İngiltere	Çok Yüksek	0.875	79.8	100	88.1
29. Yunanistan	Çok Yüksek	0.860	79.1	97.1	97.1
39. Polonya	Çok Yüksek	0.821	75.5	99.3	87.7
47. Hırvatistan	Çok Yüksek	0.805	72.2	90	87.2
90. Türkiye	Yüksek	0.722	71.7	88.7	71.1
101. Çin	Orta	0.699	72.9	93.3	68.7
112. Mısır	Orta	0.662	69.9	66	76.4
121. Güney Af.	Orta	0.629	51.5	88	76.8
146. Afganistan	Düşük	0.374	43.6	28	50.1
182. Nijer	Düşük	0.304	50.8	28.7	27.2
AB (27)		0.774	79	100	91.0
OECD		0.932	79	100	89.1
Dünya		0.694	67.5	83.9	67.5

Kaynak: UNDP, Human Development Report. New York, 2013, s.17.

Tablo 2'ten anlaşılacağı üzere Türkiye, BM Kalkınma Programı 2013 İnsani Gelişme Raporu'nda, insani gelişme endeksinde göre 186 ülke arasından 90'ıncı sırada yer almaktadır. Ayrıca, Türkiye 0.722'lik insani gelişme endeksi değeri ile yüksek düzeyde gelişmiş bir ülke olarak kabul edilmektedir. Raporda, insani gelişme açısından, Norveç 0,955'lik bir endeks



değeriyle ilk sırada yer almakta ve onu Avustralya ve ABD takip etmektedir. Hollanda, Almanya, Yeni Zelanda, Kanada, Japonya ve Fransa, gibi gelişmiş ülkeler listenin ilk 20'sini oluşturmakta ve insani gelişme bakımından çok yüksek düzeyde gelişmiş bir ülke olarak raporda yer almaktadır. Avrupa Birliği'ne 2004 yılında üye olan Polonya 39'uncu sırada yer alarak yüksek düzeyde gelişmiş ülkeler kategorisine girmektedir. İnsani gelişme açısından en düşük orana Nijer sahiptir. Okullaşma ve okuryazarlık oranlarında en yüksek olan ülkeler; Norveç, Avustralya, ABD, Hollanda iken, en düşük olan ülke de Nijer'dir. Türkiye insani gelişme raporunda % 71,1 okullaşma, % 88,7 okuryazar oranına sahiptir (UNDP, 2013: 18)

KAYNAKÇA

1. Altay, A. (2005). Türkiye'de Beşerî Sermayenin Karşılaştırılmalı Analizi. İzmir: TÜGİAD Yayınları.
2. Atik, H. (2006). Beşerî Sermaye, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme. Bursa: Ekin Kitabevi.
3. Aydın, Ü. ve Oğuz, A. (2008). Teknolojik Yenilik ve Buluşçuluk için Türkiye Eğitim ve İnsan Kaynakları Stratejisi. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim.C.: 1.
4. Barro, R. J. (2001). Human Capital and Growth. *American Economic Review*. Vol.: 91. Iss.:2.
5. Bassanini, A. ve Scarpetta, S. (2001). Does Human Capital Matter for Growth in OECD Countries? Evidence from Pooled Mean-Group Estimates. OECD Economics Department Working Papers. No.: 282.
6. Başaran, E. (1984). Eğitime Giriş. Ankara: Sevinç Matbaası.
7. Becker, G. S. (1975). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. New York: Columbia University Press.
8. Benhabib, J. ve Spiegel, M. M. (1994). The Role of Human Capital in Economic Development: Evidence from Aggregate Cross-Country Data. *Journal of Monetary Economics*. Vol.: 34, No.: 2.
9. David, P. A. (2001). Knowledge, Capabilities and Human Capital Formation in Economic Growth. New Zealand: A Research Report for the New Zealand Treasury.
10. Demaine, J. (1981). Contemporary Theories in the Sociology of Education, London: Macmillan Pres.
11. Dewey, J. (2007). Democracy and Education. New York: Macmillan.
12. Ertürk, S. (1972). Eğitimde Program Geliştirme. Ankara: Yelkentepe Yayınları.
13. Grant, V. (1968). İnsan Eğitim ve İş. (Çev.: Haydar Taymaz). Ankara: Mesleki ve Teknik Öğretim Kitapları 9.
14. Henry, N. B. (1985). National Society for the Study of Education. Chicago: The University of Chicago Press.
15. Hoşgörür, V. ve Gezgin, G. (2007). Ekonomik ve Sosyal Kalkınmada Eğitim. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Elektronik Eğitim Fakültesi Dergisi. C.: 2. Sa.: 2.
16. Luthans, F. Luthans, K. ve Luthans, B. (2004). Positive Psychological Capital: Going Beyond Human and Social Capital. *Business Horizons*. Vol.: 47. No.: 1.
17. Karadeniz, O. (2007). Avrupa Birliği Yolunda Türkiye'de Eğitim ve Beşerî Sermaye. (Ed.: Oğuz Karadeniz). Ankara: Gazi Kitabevi.
18. Karagül, M. (2003). Beşerî Sermayenin Ekonomik Büyümeyle İlişkisi ve Etkin Kullanımı. Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. No.: 5.
19. Kaya, Y. K. (1993). Eğitim Yönetimi. Ankara: Set Ofset Matbaacılık.
20. Kaya, Y. ve Akgün, N. (1997). Eğitim Planlaması ve Ekonomisi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Yayınları No.: 3.
21. Levinson, D., Cookson, P. W. ve Sadovnik, A. R.(2002). Education and Sociology. New York: Routledge Falmer.
22. OECD. (2009). Education at a Glance. Paris: OECD Indicators.
23. Rorty, R. (1999). Education as Socialization and Individuation. New York: Penguin Books.



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

24. Sapançalı, F. (2009). Toplumsal Açıdan Yaşam Kalitesi. İzmir: Altın Nokta Basım Yayın Dağıtım.
25. Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. The American Economic Review. Vol.: 51. No.: 1.
26. Stokey, N. L. (1991). Human Capital, Product Quality, and Growth. The Quarterly Journal of Economics. Vol.: 106. No.: 2.
27. Şimşek, M. (2006). Beşeri Sermaye ve Beyin Göçü Kapsamında Türkiye. Bursa: Ekin Kitabevi.
28. Tuzcu, G. (2004). Eğitimin Finansman Gereklere ve Boyutları. Milli Eğitim Dergisi. Sa.: 163.
29. Unay, C. (1982). Eğitimin İktisadi Kalkınma Üzerine Etkileri. İstanbul: Ar Basım-Yayın.
30. UNDP (2013). Human Development Report. New York.
31. Uysal, E. (2004). Eğitime Felsefi Antropoloji Çerçevesinde Kavramsal Bir Yaklaşım. Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi.C.: 8. No: 2.
32. Tekin, H. (1979). Eğitimde Ölçme ve Değerlendirme. Ankara: Mars Matbaası.
33. Tezcan, M. (1992). Eğitim Sosyolojisi. Ankara: Zirve Ofset. Tunç, M. (1998). Kalkınmada İnsan Sermayesi: İç Getiri Oranı Yaklaşımı ve Türkiye Uygulaması. Dokuz Eylül Üniversitesi İ.I.B.F. Dergisi C.:13. Sa.:1-2.
34. Zhao, S. (2008). Application of Human Capital Theory in China in the Context of the Knowledge Economy. The International Journal of Human Resource Management. Vol.: 19. No.: 5.



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

FACTOR FINANCIALLY TO STABILITY ENTERPRISE, COMPETITIVENESS OF COMMODITY

Otesheva Almagul Kaiyrgaliyevna *

Abstract

The main objective of all countries in the context of globalization, the competitiveness of the national economy and individual economic entities is to build and maintain. Taking into account market conditions, the country's internal economic opportunities and new areas of production in order to improve the situation further defined. The creation of new production, the importance of increasing the demand for products increases. The concept of competitiveness and economic literature states, industry, company and product quality levels will be considered.

Key Words: Competitiveness, Stability, Commodity

Introduction

The concept of the competitiveness of the nation's economy over the last 20 years, has special significance in the theory of economic development. It shows that the formation of the country's economic prospects, and it is important not only in economic terms, the consequences of the political process and the importance of public administration, education, research and development of database information at the top of the structure, innovation culture and values of non-economic indicators, such as the convenience of the system is carried out.

Currently, Kazakhstan has become recognized as a market economy country, it opened the way for a new stage of economic development. For decades, the transition from planned economy to market relations, the economy has led to the emergence of new concepts. The concepts among the "competitiveness" is further evidence of the concept has been widely used today. If the issue of product quality and competitiveness of the universal property ownership. At the core of the topic here.

The indicator of the competitiveness of the country in the first place, increase the level and quality of people's lives, stability and the future of the state's obvious, is the level of compliance with the laws of the country, and many others. That is, the higher the competitiveness of goods and services, the more efficient use of resources and a high level of life of the population.

Product competitiveness requirements of the commodity market, its quality, technical, commercial and aesthetic characteristics of the economic category, reflecting the state to

* Associate Prof.Dr.Kazakh-Russian International University, E-mail: alma_081@mail.ru



comply with the requirements of the consumers. Any product competitiveness is similar to another identified only as a result of the comparison of the goods, and it is a relative indicator.

The competitiveness of goods in foreign countries, our country there is no accepted methodology to assess the document. Competitiveness of the Paris Chamber of Commerce and Industry experts marks the level of product innovation, quality, advertising, financial situation, attributed systems. Commodity price competitiveness and English economists, is determined by the relative costs and utility. The market price of the product design and quality of similar products only if it is equal to the product shall be deemed to be competitive.

The competitiveness of its product quality, technical, commercial and aesthetic characteristics of the economic category, reflecting the state to comply with the requirements of the consumers. Any product competitiveness is similar to another identified only as a result of the comparison of the goods, and it is a relative indicator.

The issue of the competitiveness of products in the world have become universal in the current conditions. Each of the country's economic and social life of the consumer depending on how successful solution. Competitiveness - the state, the manufacturer is likely to mark the set of the production capacity and sales. Competitive factors are forced by the market to drive competitiveness and manufacturers fear the market will have to engage in continuous quality system and evaluate the performance of their objective and rigorous. Developed a competitive product on the market is a key factor in the competitiveness of its commercial success. Competitive commodity market conditions, customer needs quality, not only on the technical, economic, aesthetic characteristics, as well as commercial and other conditions of the (price, delivery time, ways of service advertising) is a multidimensional concept. In addition, the product bisekege qabilittiliktiñ is a key part of the operation is the level of the consumer at the time of loss. In other words, successful consumer goods market competitiveness and value (price) a set of characteristics, the competitive advantage of an analog of the goods before the goods.

Back because their producers, respectively competitiveness of enterprises, trade unions, companies can say on the basis of the state [†]. Every product on the market will meet the needs of the public performance test: each buyer can purchase goods to meet its own needs, and all buyers than competing products will be able to purchase the product that meets the needs of the public. Therefore, the competitiveness of the product (ie, the possibility of commercially viable in a competitive market) competitors products can only be determined on the basis of comparison with each other. In other words, depending on the time of the sale of a certain competitiveness relative concept. Criteria for assessment of the needs of each of their customers will have the ability to compete here because there are frequent. so that consumer

[†] Economic theory." Aubakirov A. Almaty1998.



interest for competitiveness (guarantees to the satisfaction of needs) is determined solely by the qualities.

Dairy products is determined by the competitiveness of its many consumer benefits. In this regard, the author's opinion, the conditions of competition in the milk and milk products, competitive nutritional value, naturalness, taste, fat content, price, safety, sanitary and hygienic address external winding charisma of the needs and tastes of consumers and satisfy the conditions of economic understanding. Product quality, price, customer choice and innovation factors of influence.

Improving Marketing System

Today the improve of marketing system for domestic enterprises is one of the main issues. Because of the global trends, teach consumers a wide range of information on the world market during the commercial and business areas of marketing methods show has become one of the main means of income. The world experience of the market economy in order to increase the effectiveness of the management of the sectors of the national economy in order to strengthen the company to maintain its viability and its two main stage of a new method of organizing production and products, that creates the need for the use of marketing activity. Domestic marketing of enterprises is still not widespread, but recent market development departments of large enterprises are located in some of the marketing organization. The reason for failure to provide a lot of value, production, marketing managers essential thing is for the person as well as the role of marketing in some managers and some due to the occurrence of the idea of little value. Such thoughts enterprises based on production, marketing and sale of its business activity of the organization, not because of the differences in philosophy aimed at the target. Thus, the goal of the team of marketing at the company based on customer needs, to meet the interests of consumption and production - during the execution of the production program. The role of marketing in increasing the competitiveness of the product should be directed to the formation of the first of its attractiveness to the consumer. The current competitive environment in the domestic market, the price of food quality and attractiveness of its properties, including the need to find ways to increase the competitiveness.[‡]

There can not be a tool for the purchase and sale of the product price is not attractive consumer properties there is no demand for the product is not a consumer product.

In this regard, according to the author, in order to increase the competitiveness of product marketing system should not affect the following issues:

[‡] Kozlov E.N. Product and product policy. Construction Economics. 2001 №1



Directions to ensure the product's popularity in the market. This product quality, efficiency and consumer price consumers can be implemented by a large-scale advertising.

Is a trademark of the company to be taken as the key to consumer confidence. At the moment, can play an important role in marketing the concept of a trademark, which is considered to be equivalent to the value of products and services offered. Products currently on the market offer their consumers, manufacturers, enterprises will be able to buy its trademark party seeks to improve the formation of their trademarks and that they provide a competitive so many experts from the formation of the company's brand in the minds of the consumer increase the competitiveness of its products as the main factor.

Increase the attractiveness of the other properties of the product, its appearance and signs differ from other products to ensure the attractiveness to the consumer. Bulşara to ensure the competitiveness of the company's interests and actions can be carried out.

The above issues will be solved through better consideration of them. Therefore, the effect of all factors in the market on a regular basis, including the "marketing mix" should be used. It is part of the company you want to adjust a set of effective market and product sales.

During making efforts to improve the competitiveness of the product, to improve the company's marketing system aimed at ensuring the attractiveness of the product is one of the issues to be taken into account. During the development of the country's industrial market quickly clear the need for the development of the marketing system specifications. Marketing management of the production processes of the system in accordance with the process of change in market conditions and competitive advantages, which affect the application of the effective ways to use an important tool. Production and marketing of goods and services in the broad sense within the framework of a systematic, comprehensive and targeted services, the demand for goods and services as well as enterprise features and connects the system to meet the needs of consumers and producers. Marketing to stabilize its position in the enterprise market to improve production through the introduction of products is the main mechanism to increase competitiveness. There are several types of marketing approach in raising the competitiveness of. First of all, it is the product and service-oriented marketing. It is lower than the market price, quality and adapted to the attractiveness of high quality products. Similarly, in the direction of improving the competitiveness of the product depends on the stage of the product life is an important part of the marketing system. At present, domestic enterprises to improve the marketing system is one of the main issues. Because of the global trends, teach consumers a wide range of information on the world market during the commercial and business areas of marketing methods show has become one of the main means of income. The world experience of the market economy in order to increase the effectiveness of the management of the sectors of the national economy in order to strengthen the company to maintain its viability and its two main stage of a new method of organizing



production and products, that creates the need for the use of marketing activity. Domestic marketing is still not widespread, but recent market development departments of large enterprises are located in some of the marketing organization. The reason for failure to provide a lot of value, production, marketing managers essential thing is for the person as well as the role of marketing in some managers and some due to the occurrence of the idea of little value. Such thoughts enterprises based on production, marketing and sale of its business activity of the organization, not because of the differences in philosophy aimed at the target. Thus, the goal of the team of marketing at the company based on customer needs, to meet the interests of consumption and production - during the execution of the production program. The role of marketing in increasing the competitiveness of the product should be directed to the formation of the first of its attractiveness to the consumer. The current competitive environment in the domestic market, the price of food quality and attractiveness of its properties, including the need to find ways to improve the competitiveness. There can not be a tool for the purchase and sale of the product price is not attractive consumer properties there is no demand for the product is not a consumer product. In this regard, according to the author, in order to increase the competitiveness of product marketing system should not affect the following issues: Directions to ensure the product's popularity in the market. This product quality, efficiency and consumer price consumers can be implemented by a large-scale advertising. Is a trademark of the company to be taken as the key to consumer confidence. At the moment, can play an important role in marketing the concept of a trademark, which is considered to be equivalent to the value of products and services offered. Products currently on the market offer their consumers, manufacturers, enterprises will be able to buy its trademark party seeks to improve the formation of their trademarks and that they provide a competitive so many experts from the formation of the company's brand in the minds of the consumer increase the competitiveness of its products as the main factor. Increase the attractiveness of the other properties of the product, its appearance and signs differ from other products to ensure the attractiveness to the consumer. In order to ensure the competitiveness of the company's interests and actions can be carried out. The above issues will be solved through better consideration of them. Therefore, the effect of all factors in the market on a regular basis, including the "marketing mix" should be used. It is part of the company you want to adjust a set of effective market and product sales. Another improvement of the marketing system in raising the competitiveness of the importance of determining how to market any product evaluation the balance of supply and demand.

Importance Of Marketing System

- Comprehensive market research, analysis and forecasting, the tastes of the consumer market;



- Study of the external environment of the enterprise;
- The study is similar to the company's competitors and their products;
- Assessment of their capabilities;
- Marketing strategy and tactics of the system;
- Commercial policy planning, quality and assortment management;
- Demand and sales promotion;
- Ways of sales and service organization;

Marketing Management And Marketing Control

The sequence of functions, depending on the specifics productive and competitive production and the formation, he called the marketing cycle. The nature of the production cycle on the market depends on the properties and conditions of the product. The implementation of these functions in the direction of improving the competitiveness of the company's products contribute to the improvement of amplification. In general, the marketing system of advertising sales of finished products for the enterprise approach and appeal to the tastes of consumers in the formation of the properties of the product is considered to be an effective organization for the purpose of research. This product has a marketing company as a way of improving the competitiveness of the importance of the use of a mechanism to improve the system. People make industrial enterprises operate effectively in a competitive market, industrial, scientific, technical and carried out effective management services, market conditions to determine the nature and needs a competition and opportunities raised by the company one of the most important marketing system. Features of the introduction of domestic enterprises management system appears at the beginning of the 1990s, today linked to environmental factors. Features of the nature and level of development of these relations and marketing, depending on the level of development of the individual sub-systems and the economy as a whole. Today, the value of marketing in the business customer needs into the profits of the enterprise. Marketing- that the goods do not encourage customer requirements, taking into account the requirements of the specific segments of the market analysis, new product developed in accordance with the requirements defined in the concept of scientific research. Currently, there are many industrial and service businesses, including food industry enterprises in line with their economic activities in this marketing system, to adapt to the requirements of the market. Well organized marketing system proved itself time to return the results of its times [§].

[§] Goncharuk V.A. The development of the enterprise. M.: Delo, 2000



Price competition is not the main place of the manufacturer's marketing company stand out from competitors products should be under the influence.

The global product development and marketing principles with respect to the needs of society, due to the increased supply of tastes began to be reflected in a new direction. These changes, in turn, "the marketing philosophy" contributing to the emergence. Consisting of three basic principles that take into account the needs of the consumer market in the main form:

Take into account the need to

1. In principle, the main purpose of the enterprise market changes, taking into account the requirements of the demand in accordance with the tastes of consumers that should be based on during the search for ways to meet specific needs. Before a chance to increase the volume of industrial production, to study cavity of a market to provide new types of products that principle contract.

2. to adapt to rapidly changing demand. Currently, a shorter period different needs of the consumer market.

3. Adhere to the nature of the complexity of marketing to increase production efficiency. Marketing as a unified system of this principle is carried out by means of the following destinations:

According to the scientific and technical advances to improve the attractiveness of the properties of the product and its production methods, new character to expand the range of products;

- The balance of supply and demand in order to form an effective pricing policy;
- To improve the methods and techniques of production;
- The ratio of the weight of the product;

In order to encourage customers to conduct mutually beneficial relations with product improvement and effective use of effective advertising tools.

At the same time, the direction of the enterprise to manage, and return the appropriate response for a particular market is closely related to that system.

Depending on the section of the proposed marketing functions will be divided into three areas. This compliance with the objectives of the strategic development of the company and of the need to keep focus on the impact of the implementation of the relevant (Appendix A) The first direction of the head of the marketing department, the service system must be linked to the work of market research and forecasting the development of the enterprise.

The main objectives of the marketing department in this direction can be attributed to the following:

Product market (domestic production capacity and traffic demand and consumption, export and import features) comprehensive and systematic study;



The study of the product on the market offer (features, pricing, and pricing of competitors, consumer products (quality, attractiveness) analyze the benefits of the pricing policy of the company);

- Analysis of the product range of the company (life stages, the reasons for the increase of the amount of each type of training or lower) and make recommendations for its improvement;

The conduct of the company's products (demand volume, an increase in the capabilities of each product strategy) in connection with the development of the total production forecast. The aims and objectives of the enterprise market development, received information related to the assessment of the adequacy of predictive validity of the data is determined by an effective method of forecasting.

Forecasting methods to predict the type of entry into force of more complex distinguished by its scalability and taking into account several factors. In general, the marketing system is effective, and reliable information, in most cases, depending on the methods of forecasting.

Research and tastes of consumers in the second direction of the marketing department of the enterprise should be based on the evaluation of new products to the market works.

Changes In The Country's Industrial Enterprises

Company is interested in increasing the competitiveness of its products in any production similar to the modern needs of foreign enterprises' commercial strategies, sales techniques and its use is important to keep focus on ways to determine the tastes of consumers.

According to the consumers began to be in great demand on the world market and the production of new types of products to the domestic market has increased the importance of marketing evaluation system. The results of the research enterprise market "flexibility" to increase the production of products with high demand for the formation of life önmderd within the limit of the decline, the consumer will be the basis to offer to improve the properties of the new character.

Proposed new attractive appearance and culture of the sale of consumer products that have a positive impact on policy, quality is important to demonstrate the properties of the main marketing system policy generation.

The main objectives of the marketing activities in this area should include the following:

The reasons for the change in consumers' taste and research;

- The characteristics of the population, taking into account the principles of market demand for new products (on the advice of experts in the industry) and the views of the consumers of such products;



- Justify the features of new products to meet the needs of the enterprise (its effectiveness could have been held, and the consumers);

New product lines, used to deliver the consumer features of its consumer properties;

The third direction of this section for the formation of a marketing system needs to find ways to create demand for products and advertising services.

Coordination of product development and advertising needs, working under the direction of the main objectives of the marketing department should be as follows:

1. The use of effective methods for the formation of the demand of the product;
2. The provision of incentives to improve the organization and holding areas;
3. consumer advertising by means of ensuring the effectiveness of consumer product and its features;
4. The demand for the product, allowing the formation of a new market "cavities" research;
5. Taking into account the ability of the company to increase the popularity and prestige of the trade mark of the manufacturer of the execution of the work;

In recent years, according to the marketing system t̄idiligin enterprise product life stage, looking at the way their work is in use.

Coordination of the main activities of the department of marketing the product life stages, taking into account the changes in the enterprise market in a timely manner, will identify steps to improve the competitiveness of the products.

Generally, the characteristic of a market economy, the company's marketing organization is imperative. To keep up with the pace of the global processes to ensure effective development and production, and to increase the competitiveness of domestic products market access to the system to use the most effective marketing tool every company should be one of the tasks to be solved.

First direction

Second Direction

Third direction

Market output	1 Market penetration of the product Research opportunities	2 consumer Goods attitude toward the determine	3 A wide range of advertising
Growth	4 the impact of competitors and increase sales forecasting capabilities	5 Increased product image properties	6 active advertising
	9 the profitability of the product Lines of research to improve	8 Control of the achievements of similar products in the market	9 Provide a new direction for the promotion



Maturity		on a regular basis	
	10 The reasons for the decline of the research and development of recommendations for its improvement	11 The formation of new product developed policy	12 All of use effective methods
Decline			

Picture 9. Product life stages of the marketing function of the system.

Taking into account the marketing activities that require a lot of funds should take into account the profitability to attain even greater success. Therefore, the structure of the marketing system and the company proposed to create a competitive market on the basis of specific areas to promote rapid and effective.

«FoodMaster» can make recommendations to improve the competitiveness of products in the following:

«FoodMaster» and the increasing popularity of advertising strategy.

In order to draw the attention of consumers is effective in the following channels:

Press (read a lot of newspapers, magazines, newsletters and other mass media);

Audiovisual (radio, movies, fairs and exhibitions of special videornatwlar, slide films);

Advertising posters (where a lot of people, roads in various visual and text messages);

- Transport advertising;

Is a strategy to improve the quality of products, quality indicators, it is necessary to take into account the variability from time to time. Is an element of the strategy to improve the quality of ISO 9000 is a quality management system based on international standards.

Carrying out the strategy to improve the quality of the product is the feedback element of their certification. Certified goods advertising, you need to open new domestic sinaqtıw and certification centers.

To improve the competitiveness of the product a year and new markets is growing problems of adaptation. In this regard, any enterprise of this analytical research should be created in the region. New industrial product markets could change the competitiveness and profitability of production.

To improve the competitiveness of the product, it is necessary to issue a new market. But it is a new market for all repair and maintenance is necessary to determine the level of skilled workers. Because consumers may require you to increase the reliability of its products.

Conclusion



In his time, a large-scale production of the three main factor in the competitiveness of the country's natural resources, labor, capital and resources. Production and technological progress and competitiveness, primarily related to the development of the upper level of the country's infrastructure, its scientific potential, to determine such factors as the level of education of the population. World experience has shown that the essential factors of production, but it is competitive enough. At the same time, the demand for a certain product and service sectors of the domestic competition, the firm's strategy and structure and competition in the domestic industry.

To increase the competitiveness of milk and dairy products on the basis of investigations carried out in connection with the following conclusions can be made:

1. Milk and milk products, competitive conditions of competition in nutritional value, naturalness, taste, fat content, price, safety, sanitary and hygienic address external winding charisma of the needs and tastes of consumers and satisfy the conditions of economic understanding.

Efficient use of raw materials affects the processing of milk and dairy products. With the necessary components of a complete setup of all dairy products and interferes with the production of certain types of use.

2. Milk production as a result of the collapse of the Soviet Union in the closing of many large-scale dairy farms even have time to tell you got a very bad state. The results of the country's dairy cattle, mainly in the hands of individuals. This situation will have a negative impact on the development of the dairy industry. Private farms, dairy companies can not provide the quality of the products supplied by the manufacturer. In particular, the domestic milk producers there is a high level of penetration of bacteria in milk. This situation is the low quality of dairy products, high production costs leads to a decrease in the range of mills and dairy products.

In addition, the large dairy farms in Kazakhstan have enough milk production and milk production of dairy products to a significant reduction in the level of 26% Kazakhstan milk market in recent years due to a variety of cases, the net low to determine the stability of the product, the product, normal profitability.

Indicators of competitiveness of domestic dairy products shows a low-cost, basic resources, technology upgrades, replacement of high-quality seeds and fertilizer cost. In such a situation, the material and technical base, increase the competitiveness of domestic dairy products

To this end, the production of dairy products based on scientific innovation and technological development, including news, tax and customs privileges, as well as quality management (ISO, XASPP), export subsidies, loans, equipment leasing is necessary to create mechanisms discounts and the use of economic measures .



The need to join the 50 most competitive countries in the world domestic product has set the task to improve the competitive position of the company. Market economy characterized by tough competition. An atmosphere of total production in the economy and the state of the market growth is one of the main sources — is known to increase the competitiveness of manufactured products. This party, the main focus of the market, consumers tastes, taking into account the results of the variable demand and the achievements of the mind, the nature of the consumer in accordance with the manufacturer's ability to produce products with high mobility.

The following conclusions and recommendations can be made on the basis of investigations carried out.

1. The competitiveness of the product quality, price, design, after-sales services may be acceptable compatibility. — to meet the needs of the consumer goods, high level of competitiveness of products and thus find their place in the market. In other words, commodity market conditions, customer requirements, quality, economic, technical, aesthetic and ergonomic characteristics, but also commercial and sales (delivery time, pricing, sales channels, services, and advertising) to comply with the terms of is a multidimensional concept.

2. The main components of the competitiveness of the product should be noted:

The main component of the product and a lot of attention is paid to the quality of its directly related to him. Numerous studies have shown that a final decision on the purchase of the product (30-35%) is due to its qualitative characteristics.

The second component of the product, sales and service. Consumer products are often of poor quality, but reliable and inexpensive service (for example, car and motorcycle) selects the goods sold.

The third component of the consumer, the subjective factor as a positive or negative impact on all of it.

3. All the factors that determine the competitiveness of the product can be divided into the following groups:

Product and service quality;

- The price of products and services;

The level of qualification of the personnel;

- The level of production technology;

- The availability of financing sources;

Qanıqqandığı of the market, demand and supply.

1. Currently, there are several methods for evaluating the competitiveness of the product. Evaluating the competitiveness of all of them was to unite the two basic groups:



• Differential sufficient level of basic technical parameters of the evaluation, what parameters it satisfies the basic parameters which the parameters are very different problems to be solved;

• complex analog competing products, the production of the enterprise group, integral, based on a combination of indicators to compare.

5. The process of globalization of the world's most powerful wings have evolved to create an open and democratic society. The work has the object of study — "FoodMaster" LLP is to contribute to this goal. Before very useful to improve the production and consumers, credible quality product sales objectives. After the audit conducted in accordance with the ISO certificate "FoodMaster" company's output, proves that the system of production and management in accordance with international standards. The company's products in the following range: "Fruktovyi LED" and "waffle cup", "plastic", "stick", "Maxim" and "Africa."

6. According to the company's 2011-2015 development was studied. You can say that there is a general improvement of the situation of the enterprise. As evidenced by the company's solvency and financial stability, profitability and performance can be related to the activity. These figures increased significantly in 2015 compared to 2011. And achieved very good results in the coming years, we see development.

7. Dairy products market serving «FoodMaster» complex method has been used to assess the competitiveness of the products. On the basis of competitors Agroproduct, Gay moločnik Kaiser, honest, dominant in derevne, my white and Mwmwnya round products. Milk, kefir, cottage cheese, sour cream and ice cream products. "FoodMaster" analyze the products of such concludes: "FoodMaster" LP products are competitive in the domestic market. Especially kefir, sour cream and ice cream products appear, they are indicators of the first pillar of competitiveness. As the second place, while milk and cheese products, the analysis should increase the attractiveness of our products; all decided to satisfy the high quality of the product.

8. «FoodMaster» is recommended to increase the competitiveness of products in the following ways:

• In developed countries, as well as on the experience of Russia's «FoodMaster» in the specialization and concentration of production in the production of dairy products, which must be intensification of pastoral economy advanced growth, keeping constantly to improve the genetic potential of livestock herds progressive introduction of mechanization of food production processes, feeding entertainment, animal holding rooms should be at the expense of the collection.

• "FoodMaster" is very important to the development of innovative services, it is necessary to find a solution to the main issues of the following: research base is weak, the lack of equity, etc.



Dairy products, automation of production processes, advanced technological equipment installation;

Dairy farms veterinary and sanitary situation is to always check;

- The use of new packaging materials to prolong the shelf life of the product;

• The release of goods in the domestic and foreign markets, to improve the quality system in order to build their competitiveness. In this case, Japan and European countries on the basis of experience in this sector;

New product preparation and processing of domestic and foreign advanced equipment and technologies;

- Through the issuance of new types of customers with different levels of product range expansion;

- hold a service system for foodstuffs and improving the system of incentives for development; etc.

Products produced in the food industry is directly related to the safety of human life. Therefore, the properties of the quality of the product meets the specifications of this assessment is a key factor in determining the competitiveness of the product. The impact of foreign carriers in a competitive environment in the domestic market, domestic producers, price of their products, as well as advanced features, such as the manufacturer's reputation and popularity in the market, adds one of the main tasks in the assessment of the attractiveness of its properties.

References

1. "Economic theory." Aubakirov A. Almaty1998.
2. Kozlov E.N. Product and product policy. Construction Economics. 2001 №1
3. Goncharuk V.A. The development of the enterprise. M.: Delo, 2000
4. Kubaev K.E. Qualitative factors in managing the profitability of the company // Quality Management. -№4. - 2012. - P. 18 21.
5. Godin A.M. Marketing: Textbook. - M.: Progress, 2001
6. Zholdasbaeva G.O. Business Economics: Economics, 2002.



AL FARABI INTERNATIONAL JOURNAL ON SOCIAL SCIENCES

Year: 2016 Volume 1

www.injosos.com

