



Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігі
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Қазақ тіл білімі кафедрасы



ҚР ҰҒА академигі, филология ғылымдарының докторы,
профессор, көрнекті тіл маманы, әдебиет сыншысы,
публицист М.С. Серғалиевтің 85 жылдығына арналған
«МЫРЗАТАЙ СЕРҒАЛИЕВ ЖӘНЕ ФИЛОЛОГИЯ МӘСЕЛЕЛЕРІ»
атты халықаралық ғылыми-практикалық конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ

Астана, 2023

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**



**ҚР ҰҒА академигі, филология ғылымдарының докторы, профессор,
көрнекті тіл маманы, әдебиет сыншысы, публицист М.С. Серғалиевтің
85 жылдығына арналған
«МЫРЗАТАЙ СЕРҒАЛИЕВ ЖӘНЕ ФИЛОЛОГИЯ МӘСЕЛЕЛЕРІ»
атты халықаралық ғылыми-практикалық конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ**

Астана 17 наурыз 2023 жыл

ӘОЖ 80/81
КБЖ 81.2
Қ70

Баспаға Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ғылыми кеңесі ұсынған

Редакция алқасын басқарған: Сыдықов Е.Б.

Редакция алқасы: А.Бейсенбай, Қ.Саркенова, Б. Әбдуәліұлы (жауапты шығарушы),
Маликов Қ., Кенжалин Қ.К.

ҚР ҰҒА академигі, филология ғылымдарының докторы, профессор, көрнекті тіл маманы, әдебиет сыншысы, публицист М.С. Серғалиевтің 85 жылдығына арналған «МЫРЗАТАЙ СЕРҒАЛИЕВ ЖӘНЕ ФИЛОЛОГИЯ МӘСЕЛЕЛЕРІ» атты халықаралық ғылыми-практикалық конференция материалдары. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2023. – 345 б.

ISBN 978-601-337841-1

Қазақ тіл білімінің қалыптасуы, дамуы, бүгінгі көтерілген дәреже-биігі – қазақ ғалымдарының ондаған жылдарғы ұжымдық ізденістерінің жемісі. Осы ұжымның ішінде М.Серғалиевтің есімі оқшау аталатын мамандар қатарында тұрады. Ол тіл білімі, публицистика, әдістеме бағытында қатар еңбек етіп, қазақ руханиятында өзіндік із қалдырды. Бүгінде ғалым-ұстаздың қалыптастырған ғылыми мектебі өз жұмысын жалғастыруда, сонымен қатар серғалиевтану ізденістері де басталып келеді. Жинақта жарық көрген ғалымның ғылыми мұрасына арналған зерттеулер – сол жұмыстардың нақты көрсеткіші.

Конференция Мырзатай Серғалиевтің ғылым мұрасын зерделеуге және жалпы филология мәселелеріне арналған. Жинақта отандық зерттеушілермен қатар, түркі тілдес елдер ғалымдарының тіл, әдебиет, тарих, әдістеме салалары бойынша жасаған баяндамалары мен мақалалары жарияланып отыр.

ISBN 978-601-337841-1

ӘОЖ 80/81
КБЖ 81.2

© Қазақ тіл білімі кафедрасы, 2023

4. <https://www.youtube.com/watch?v=KZcwD3AGRAk&t=84s> желісінен алынған ақпараттар тізбегі.

5. Исаев С. Қазақтың мерзімді баспасөз тілінің дамуы. – Алматы: Қазақстан, 2014 ж, 107 бет

ТУРИЗМ ДИСКУРСЫ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЖАНРЛАРЫ

СӘРСЕКЕ Г.Ә.,

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, филология ғылымдарының кандидаты, профессор.

ЖҰМАҒАЛИ Д.Ө.,

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ магистранты. Астана, Қазақстан

Аннотация. Статя посвящена определению дискурса туризма и его анализу. Рассматривается мнение ученых о типологическом статусе и жанрах туристического дискурса.

Annotation. The article is devoted to the definition of tourism discourse and its analysis. The views of scholars on the typological status and genres of tourism discourse are considered.

Қазіргі таңда туризм индустриясы әлемдік экономиканың қарқынды дамып келе жатқан саласы болып табылады. Әлемді шарлағысы келетін туристер саны жылдан-жылға артып келеді. Соған сәйкес туристік қызметтерді ұсынатын туристік агенттіктердің де санының өсуі байқалады.

Бүгінгі таңда іскерлік, оқу, сауда, спорттық, экстремалды, тарихи, қажылық, әдеби, гастрономиялық және басқа да кәсіби қызығушылықтарға, хоббиге, сәнге бағытталған туризм түрлері өзекті болып табылады [1, 88]. Саяхатқа шыққанда туристер тек демалып қана қоймай, өзге елдің мәдениетімен, дәстүрімен, тарихымен танысуға тырысады. Туристердің осындай жаңа дүниеге деген қызығушылығы туризм саласының танымалдылығын арттырады. Туризм индустриясының мұндай ауқымы туризм дискурсын зерттеуге бағытталған лингвистикалық зерттеулердің туындауына серпін болды.

Туризм дискурсы Н.В. Филатова, Ф.Л. Косицкая, Н.А. Тюленова, Ю.С. Максимова, М.М. Мамаева, С.А. Погодаева, Э.Ю. Новикова сынды лингвистер мен филологтардың жұмыстарында ерекше қарастырылады.

Туризм дискурсын анықтауға қатысты ғалымдардың пікірі екіге бөлінеді. Бір топ ғалымдар туризм дискурсын дискурстың дербес түрі деп қараса, келесі бір топ ғалымдар туризм дискурсын жарнамалық дискурстың кіші түрі деп есептейді. Алайда ғалымдардың көп бөлігі туризм дискурсын дискурстың дербес түрі деген көзқарасты қолдайды. Мысалы, Н.В. Филатова туризм дискурсын жеке институционалдық дискурстың түріне жатқызады [2, 82]. Ф.Л. Косицкая да дәл осындай пікірде. Ол: «Туризм дискурсы саяси, экономикалық, әскери, педагогикалық, діни, іскери, медициналық, жарнамалық, спорттық, ғылыми, бұқаралық-ақпараттық дискурстар секілді институционалдық дискурстың бір түрі болып табылады», - дейді [3, 192]. Н.А. Тюленова туризм дискурсын туризм жарнамасының әртүрлі түрлерін біріктіретін жарнама дискурсының ерекше кіші түрі деп көрсетеді [4, 6]. Ю.С. Максимованың пікірінше, «Туризм дискурсының жарнамаға қатыстылығы ол туралы түсінікті тарылтады, өйткені туризм экономика, спорт, денсаулық, мәдениет, дін сияқты адам өмірінің салаларын қозғайтындықтан, оның тілі жарнама шекарасынан әлдеқайда асып түседі. Туризм дискурсы кең мағынасында

ортақ тақырыптарға (туризм, саяхат, әсер) біріктірілген және біртұтас тұжырымдамалық негізге ие (саяхат) мәтіндер жиынтығы болып табылатын институционалдық дискурстың түрі» [5, 213].

М.М. Мамаева өзінің «Адресант в испанском туристическом интернет дискурсе» атты мақаласында туризм дискурсын жарнамалық дискурстан үш белгісі арқылы бөледі. Атап айтсақ, бірінші, олардың атқаратын қызметі, екінші, объект сипаттамасы, үшінші, ақпаратты беру сипаты. Осылайша туризм дискурсын туризм саласында қолданылатын дискурстың ерекше түрі деп көрсетеді. Сонымен қатар ол көпшілік оқырманды ақпараттандыруға бағытталғандықтан, оны бұқаралық-ақпараттық институционалды дискурс ретінде анықтайды [6, 1]. Туризм дискурсын дербес дискурс деп қарастыратындардың қатарында зерттеуші С.А. Погодаева да бар. Ғалым туризм дискурсын бұқаралық-ақпараттық және мәртебеге бағытталған институционалдық дискурс ретінде қарайды [7, 6].

Туризм дискурсының типологиялық мәртебесі туралы қалыптасқан бірыңғай пікір жоқ. Алайда біз туристік дискурсты дискурстың дербес түрі деп қарайтын ғалымдардың көзқарасын ұстанамыз.

Туризм дискурсы туралы әңгіме қозғағанда оның түрлері мен жанрларын да атап өткен маңызды. Ақпараттың берілу сипатына қарай туризм дискурсының ауызша және жазбаша түрін ажыратуға болады. Н. В. Филатова «Жанровое пространство туристического дискурса» атты мақаласында туризм дискурсының жанрларын саралай келіп, оның ауызша және жазбаша түрлерін ажыратып көрсетеді. Туризм дискурсының жазбаша түріне *баспа мәтіндерін* және *компьютер арқылы жүзеге асатын жазба мәтіндерді* жатқызады. Баспа мәтіндеріне жолнұсқа, туристік бағдарлама, каталог, мақалалар, брошюра, парақшаны жатқызса, компьютер арқылы жүзеге асатын жазба мәтіндерге виртуалды экскурсия, туристік бюроның веб-парағы, клиенттің туристік бюроға жазған электрондық хаты, туристік сала қызметкерлерінің электрондық хат алмасуларын жатқызған. Туризм дискурсының ауызша түрін *тікелей* және *жанама* деп екіге бөліп қарастырады.

1. *Тікелей қарым-қатынастың ауызша түріне:*

- экскурсия (экскурсия жетекшісі мен экскурсант арасындағы тілдесімді қоса алғанда);
- қызмет сатушысымен диалог (кеңседе немесе кеңседен тыс туристік фирма өкілі мен клиент арасындағы диалог);
- қабылдаушы тарап өкілімен диалог (қонақ үй қызметкері, алып жүруші топ, экскурсиялық автобус жүргізушісі мен клиент арасындағы);
- контрагент пен туроператор арасындағы диалог (әуе билетін, қонақ үйлерді және т.б. брондау);
- ерекше жағдайлардағы сөйлеу әрекеті (консулдықпен келіссөздер).

2. *Жанама қарым-қатынастың ауызша түріне:* бейнежолнұсқа – географиялық-шолу деректі фильмі; аудио нұсқаулық (аудиогид) [2, 78-79].

Бұл жіктеу адамдардың өзара әлеуметтік әрекеттесуіне негізделген. Жіктеуде туристердің пікірі, саяхат күнделігі, саяхатшының блогы сияқты жанрлар қарастырылмаған.

Ф.Л. Косицкая «Жанровая палитра французского туристического дискурса» атты мақаласында туризм дискурсын сөйлеу жанры ретінде қарастырады да, туризм дискурсының жанрларын үлкен топтарға бөлуді ұсынады. Бірінші топқа келісімшарт, қонақ үйді брондауға өтінім, билеттерді брондауға өтінім, тапсырыс, іскерлік хат алмасу, сауда-коммерциялық келісім, шағым, қаулы және т.б. жататын жеке туризм дискурсының сөйлеу жанрлары кіреді. Екінші топқа каталог, туристік кітапша, нұсқаулық, бағдарлама, буклет, жарнама парағы, ақпараттық парақ, кәсіпорын презентациясы, пошта арқылы жазылған жарнама хат, мәдени бағдарлама, кесте, анимациялық бағдарлама афишасы, веб-сайт, маршрут сипаттамасы, жарнамалық мақала жататын жарнамалық-туризм дискурсының сөйлеу жанрлары кіреді. Үшінші топқа монография,

диссертация, ғылыми баяндама жататын туризм саласындағы ғылыми дискурстың сөйлеу жанрлары кіреді. Төртінші топқа туризм бойынша оқулық, жаттығулар жинағы, оқу құралы, дәрістер курсы жататын білім беру (дидактикалық) туристік дискурсының сөйлеу жанрлары кіреді. Бесінші топқа туризм кодексі, жарлық, бұйрық, қаулы жататын заңнамалық дискурстың сөйлеу жанрлары кіреді [3, 194].

Бұл жіктеуден байқайтынымыз, ғалым туризм дискурсын институционалдық дискурстың өзге түрлерімен өзара әрекеттестікте қарастырған. Мақалада тек француз туризм дискурсының баспа мәтіндері ғана көрсетілген. Компьютер арқылы жүзеге асатын жазба мәтіндері мен туризм дискурсының ауызша түрлері ұсынылмаған.

В.А. Митягина туризм дискурсының жанрларын оның коммуникативті мақсаттарымен байланыста қарастырады. Коммуникативті мақсаттардың үш түрін көрсетеді: экзистенциалды, виртуалды және иррационалды. Аталған мақсаттарға сәйкес туризм дискурсының келесі жанрларын ажыратады: «1) ақпараттық басылымдар, туристік агенттіктердің ақпараттық-жарнамалық материалдары; 2) белгілі бір елдер, қалалар, көрікті жерлер туралы кітаптар мен энциклопедиялық мақалалар, жолнұсқалар, мерзімді басылымдардағы және туристік агенттіктердің сайттарындағы мақалалар; 3) саяхат күнделіктері, интернет-форумдарда көрсетілген туристердің жеке әсерлері, танымал тұлғалардың саяхат туралы жалған әсерлері» [1, 89]. В.А. Митягина туризм дискурсының жанрларын дискурсқа қатысушылардың коммуникативті әрекеттерімен байланыста қарастырған. Мақалада туристердің жеке әсерлеріне көп көңіл бөлген.

Э.Ю. Новикова туризмді коммуникативті кеңістік ретінде қарастырып, лингвистикалық тұрғыдан үш категорияға бөледі. Олар: институционалдық байланыс саласы, іскерлік байланыс саласы, білім беру және мәдени білім алмасу саласы. Осы коммуникативті салаларға сүйене отырып, сондай-ақ ауызша және жазбаша байланыс түрлерін ажырата отырып, ғалым туризм дискурсының жанрларын былайша жіктейді:

1. Институционалдық байланыстың жазбаша түріне шарттарды, қауіпсіздік жөніндегі нұсқаулықтар мен туристік жабдықтарды пайдалану жөніндегі нұсқаулықтарды, қонақ карточкаларын, қонақ үйде орналасу ережелерін, өрт қауіпсіздігі туралы жадынаманы жатқызады. Ауызша түріне офисте немесе офистен тыс туристік фирма өкілі мен клиент арасындағы диалогты, қонақ үй қызметкері, экскурсиялық автобус жүргізушісі, емдеу мекемелеріндегі персонал мен клиент арасындағы диалогты, туроператор мен контрагент арасындағы қарым-қатынасты (қонақ үйлерді, әуе билеттерін т.б. брондау), ерекше институционалды жағдайлардағы сөйлесу әрекетін жатқызады.

2. Іскерлік байланыстың жазбаша түріне туроператорлармен, туристік агенттіктермен, экскурсия жетекшілерімен, қонақ үйлермен және т.б. іскерлік хат-хабарларды, туризм экономикасы саласындағы анықтамалық, статистикалық, рейтингтік сипаттағы мамандандырылған мәтіндерді, қонақ үйлер мен мейрамханалардың, туристік агенттіктердің және клиникалардың таныстырылымдарын, БАҚ-тағы презентациялық, имидждік, брендингтік жарияланымдарды жатқызады. Ауызша түріне келіссөздерді және туристік өнімдердің/туристік кластерлердің/туристік стратегиялардың таныстырылымдарын жатқызады.

3. Мәдени-маңызды байланыстың ауызша және жазбаша түрін келесідей топтайды:

1) *жазбаша түрі* –

- тур бағдарламалары;
- туристік каталогтар, анықтамалар, парақшалар;
- интернет-порталдар; жолкөрсеткіштер;
- туристердің пікірі;
- мәзір;
- мұражайлардағы және көрме залдарындағы бағдарламалар.

2) *ауызша түрі* –

- аудиогидтер;
- бейне экскурсиялар;
- қала, мұражай және т.б. бойынша экскурсиялар;

көшелердегі/дүкендердегі/мейрамханалардағы қарым-қатынас [8, 238-239].

Э.Ю. Новикова мен Н.В. Филатованың туризм дискурсы жанрларын жіктеуі ұқсас болып келеді. Екеуі де дискурстың ауызша және жазбаша түрлерін бөліп көрсетеді. Э.Ю. Новикованың жіктеуінің өзге жіктеулерден ерекшелігі жіктеу түрі туристік өзара әрекеттесу түріне негізделген және коммуникацияның барлық түрлерін қамтыған.

«Туризм дискурсы» ұғымын талдай келіп, мынадай қорытындыға келеміз:

1. Туризм дискурсы – саяхат туралы мәтіндер жиынтығы.

2. Туризм дискурсының басқа дискурс түрлерінен ажыратуға мүмкіндік беретін өзіне тән ерекше сипаттамалары бар. Олар: туризм дискурсының мақсаты, ол – туристік қызмет алу, туристік дискурстың негізгі қатысушылары, олар – турист, экскурсия жетекшісі, негізгі тұжырымдамасы, ол – саяхат туралы, орны, олар – туристік агенттіктер, қаланың көрікті жерлері, елдер болады және туристік дискурстың түрлері мен жанрлары.

3. Туризм дискурсының жанрлары ауызша және жазбаша қарым-қатынасқа байланысты жіктеледі.

4. Туризм дискурсының жарнама дискурсынан айырмашылығы туризм дискурсы ақпараттық сипатқа ие. Яғни туристік қызметті сатумен қатар клиентті хабардар етуді мақсат етеді.

Әдебиеттер тізімі

1. Митягина В. А. Коммуникативные действия в туристическом дискурсе. Иностранные языки в высшей школе. – 2009. – № 4 (11). – С. 88-97.

2. Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса. Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. – 2012. – № 2. – С. 76–82

3. Косицкая Ф.И. Жанровая палитра французского туристического дискурса. Вестник Томского государственного педагогического университета. Вып. 3 (131). – 2013. – С. 192-194.

4. Тюленева Н.А. Лингвокогнитивные стратегии позиционирования и продвижения туристических услуг в российской и англо-американской рекламе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2008. – 19 с.

5. Максимова Ю.С. Функционирование туристической лексики в дискурсивном пространстве. Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина, 2015. Т. 1. № 4. – С. 212-220.

6. Мамаева М.М. Адресант в испанском туристическом интернет дискурсе. Вестник ИГЛУ. – 2012. – № 2 (19). – С. 1-7

7. Погодаева С.А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Иркутск, 2008. – 20 с.

8. Новикова Э.Ю. К вопросу о типологизации жанров в туристическом дискурсе. В сборнике: Коммуникативное пространство культуры. Материалы Международной научной конференции в Орловском государственном институте культуры. Ответственные редакторы А.В. Овсянников, А.Г. Пастухов, 2017. – С. 234-240.