

«6D021000 – Шетел филологиясы» мамандығы бойынша философия докторы (PhD) ғылыми дәрежесін алу үшін дайындалған Куркимбаева Айжан Муратовнаның «Туристік блогинг: коммуникативтік стратегиялар мен тактикалар (ағылшын және қазақ тілдері материалдары негізінде)» атты ғылыми диссертациясына

АҢДАТПА

Зерттеу тақырыбының өзектілігі. Жиырма бірінші ғасырдың алғашқы онжылдығы әлемде интернеттің технологиялық, ақпараттық және мультимедиялық қолданыс аясы кеңеюімен ерекшеленді. Web 2.0 дәуірі кезеңінде кез келген коммуникант өз медиа хабарламасын жасауға мүмкіндік беретін мәдениетке ие болып, жаңа медиа феномені болып табылатын интерактивті коммуникативтік алаң - блогинг жемісін көре бастады.

Блогинг платформасын ақпараттық қоғамның барлық салаларына қолдану кең үрдіске айналды.

Қазіргі уақытта туризмнің дамуы негізінен жаһандық желі арқылы жүзеге асырылады. Туризм мамандары өз өнімдерін әлеуметтік желілерде оңай жарнамалай алады. Туристер өз демалысын әлемнің кез келген нүктесінен тиімді ұйымдастыра алады. Осы туристік блогтарда адресант пен адресат арасындағы тілдік байланыстың қалай жүзеге асырылатындығын зерттеу сөзсіз маңызды.

Бүгінгі күні туризм индустриясы - жаһандық экономиканың қарқынды дамып келе жатқан коммерциялық секторы. Туристік өндірістің қарқынды дамуы жарнамалық, ақпараттық-анықтамалық сипаттағы мәтіндердің жазылуына түрткі болды. Туристік өндіріс халықаралық сауда сегментіне айналуына байланысты, туризм коммуникациясының бұқаралық сипатқа ие болды. Туризм саласының мұндай ауқымы туристік блогингті арнайы сөйлеу әрекеті ретінде зерттеуге бағытталған лингвистикалық зерттеулердің пайда болуына серпін берді.

Туризм саласы үшін де блогинг өте құнды тұғырнамаға айналып үлгерді. Туристік блогинг туристік дестинациялар мен туристік өнімдерді орналастырудың маңызды алаңына айналды. Туристік блог жүргізу тек туристік ақпаратты ұсыну арнасы немесе құралы ғана емес, адресаттарға туристік өнім туралы шешім қабылдауда әсер етуге қабілетті интерпретатор, ол коммуникативті стратегиялар мен коммуникативті тактикаларды қолдану арқылы жүзеге асырылады. Осы дискурстың коммуникативті стратегиялары мен тактикаларын жүзеге асыратын лингвостилистикалық құралдары аз зерттелген.

Туристік блог-дискурсты кешенді зерттеу, әрине, өзекті сипатқа ие, әсіресе, туристік тақырып бойынша жазбаша медиатекст – посттар негізінде ағылшын және қазақ тіліндегі туристік блог-дискурсты құрылымдаудағы негізгі дискурсивті және лингвокогнитивтік айырмашылықтарды анықтауға мүмкіндік беретін дискурстың түрін зерттеу қызығушылық тудырады.

Интернет-кеңістіктің коммуникативтік аймағы болып табылатын туристік блогосфера контентінде қолданылатын лингвистикалық және экстралингвистикалық құралдарды зерделеу және сипаттау кешенді гуманитарлық пайымдауды қажет етеді. Жаһандану дәуірінде туристік блогингтегі қалыптасып келе жатқан тілдің жаңа функциясы – бұқаралық аудиторияның мінез-құлқын басқару және олардың санасын манипуляциялау коммуникативті стратегиялардың көмегімен іске асады. Ағылшын және қазақ тілдерінде блог жүргізудің кешенді коммуникативтік сипаты алғаш рет зерттеу тақырыбына айналып отыр. Зерттеудің өзектілігі туристік блогингті, оның ішінде коммуникативтік аспектіде зерттеу бойынша отандық еңбектердің болмауымен, сондай-ақ ағылшын және қазақ тілдеріндегі туристік блог-дискурстың коммуникативтік стратегиялары мен тактикаларының жиынтығының зерттелмеуімен түсіндіріледі.

Зерттеу жұмысының нысаны: туристік блогинг туристік дискурстың гибриді түрі ретінде қарастырылады.

Зерттеу жұмысының пәні: туристік блогингтерде қолданылатын коммуникативтік стратегиялар мен тактикалар.

Зерттеу жұмысының мақсаты: ағылшын және қазақ тілдері материалдары негізінде туристік блогингтерге тән коммуникативтік стратегиялар мен тактикаларды анықтау және тілдік қатысымды жүзеге асыру ерекшеліктерін кешенді түрде зерттеу.

Зерттеу жұмысының міндеттері:

- *блог, блогинг* ұғымына қатысты лингвистикалық көзқарастарды қарастыру;
- блогингтің жанрлық, функционалды-семантикалық белгілерін анықтау;
- блог классификациясының дифференциалды белгілерін сипаттау;
- қазіргі лингвистикадағы коммуникативтік стратегия мен тактика ұғымын анықтау;
- ағылшын және қазақ тілдерінде туристік блогингтің коммуникативтік стратегиялары мен тактикаларын талдау;
- туристік блогингтердегі коммуникативтік стратегиялар мен тактикалардың таргет спецификасын талдау.

Зерттеу жұмысының материалдары: 2017-2020 жылдар аралығындағы ағылшын тілінде танымал Kash, Jonathan Howe жүргізетін «twomonkeystravelgroup.com», Metthew Kepnes-тің «nomadicmatt.com» және Lexie Alford-тың «Lexielimitless», Tripadvisor туристік блогтары мен қазақ тілінде Өркен Кенжебек, Динара Болат, «kazakhstan.travel», «visitkazakhstan», «shymbulak.com» туристік блогтары. Зерттеу дереккөздерінен 1600 ағылшын туристік пост-мәтіндері және қазақ тілінде 1400 пост-мәтін жинақталып, талданды.

Зерттеу жұмысының теориялық және әдіснамалық негізі бірқатар ғылыми бағыттарды қамтиды:

-дискурс теориясы: Б.А.Ахатова, Г.Г.Бүркітбаева, М.Р.Желтухина, Б.С.Жумагулова, В.И.Карасик, Қ.К.Кенжеханова, М.Л.Макаров,

Э.Д.Сулейменова, Т.А.Ширяева, Van Dijk, М.Фуко, N.Fairclough, B.Natim, J.M.Swales;

-медиалингвистика теориясы: D.Crystal, Т.Г.Добросклонская, Л.Р.Дускаева, М.Р.Желтухина, Е.Н.Галичкина, Е.И.Горошко, Г.М.Маклюэн, В.М.Громова, О.В.Лутовинова, В.А.Митягина, Т.И.Рязанцева, Е.П.Белинской, Н.Г.Асмус, Б.А.Ахатова, Г.Г.Гиздатов, Қ.Ө.Есенова;

-блогосфераның жанрлық ерекшеліктері: R.Blood, S.Bonus, N.Baron, S.C.Herring, C.R.Miller, D.Sheperd, L.A.Scheidt, E.E.Wright, Л.Ю.Щипицина, О.В.Лутовинова;

-блогосфералардың әлеуметтік- мәдени және лингвистикалық сипаттары: А.В.Алексеев, Т.М.Гермашева, Е.И.Горшкова, О.М.Елькина, Т.В.Евсюкова, А.А.Зализняк, Н.В.Касьянова, Е.Г.Новикова, S.Nowson, Н.В.Черкасова;

-блогты күнделікпен салыстыра отырып зерттеген еңбектер: Е.А.Баженова, М.Ю.Егорова, И.А.Иванова, Д.Э.Колесева, И.Л.Михеева, В.И.Савкин;

-туризм мен туристік блогингті зерттеу: Г.С.Атакьян, Т.М.Завгородняя, В.А.Митягина, Е.В.Мошняга, Э.Ю.Новикова, И.В.Показаньева, Н.В.Филатова, M.Cronin, G.Dann, A.Jaworski, C.Thurlow J.Urry;

коммуникативтік стратегия мен тактиканы зерттеумен айналысқан: Т.А. ван Дейк, Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров, О.С. Иссерс, Ю.К. Пирогова, Л.М. Гончарова, Н.А. Тюленева, О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина, Н.В. Филатова, Т.Бриш, А.Т.Акишева, Г.Ш.Акимбекова, Ж.Е.Бекжанова, А.К.Жукенова сынды зерттеушілердің еңбектеріне шолу жасалды.

Зерттеу жұмысының ғылыми жаңалығы.

- туристік блогингке туристік медиа, жарнама, PR, маркетингтік және туристік дискурстардың тоғысуында пайда болған гибриді дискурс түрі – туристік блог-дискурса сипаттама берілді. Көп өлшемді дискурстық материалды кешенді талдау нәтижесінде туристік блог-дискурсты жүзеге асырудың жанрлық сипаттамалары, лингвистикалық, экстралингвистикалық құралдары мен тәсілдері айқындалды және туристік блогингтің классификациясы толықтырылды;

- туристік блог - дискурс туристік блогингтің адресатына әсер ететін тілдік құралдарды анықтауға мүмкіндік беретін лингвистикалық, стилистикалық, дискурсивті, прагматикалық талдау әдістерін біріктіретін лингвопрагматикалық көзқарас тұрғысынан алғаш рет зерттелді;

- туристік дестинацияның салт-дәстүріне құрмет тактикасы, персуазивті сипаттағы тақырыптарға апелляция тактикасы, кеңеске жүгіну тактикасы, діни туризм сегменті бойынша сакралдылыққа жүгіну, діни іс-шараларға апелляция, спорттық туризм бойынша спорттық іс-шараларға апелляция тактикалары ұсынылып, талданды;

- ағылшын және қазақ туристік блогосферасының мысалында алғаш рет осы мәдениеттерге тән негізгі коммуникативті стратегиялар мен коммуникативті тактикалар сипатталып және туристік блог-дискурстың

қатысушылары ретінде ағылшын және қазақ тілді аудиторияның сөйлеу мінез-құлқының лингвомәдени ерекшелігі анықталды.

Зерттеу жұмысының материалдары: 2017-2020 жылдар аралығындағы ағылшын тілінде танымал Kash, Jonathan Howe жүргізетін «twomonkeystravelgroup.com», Metthew Kepnes-тің «nomadicmatt.com» және Lexie Alford-тың «Lexielimitless», Tripadvisor туристік блогтары мен қазақ тілінде Өркен Кенжебек, Динара Болат, «kazakhstan.travel», «visitkazakhstan», «shymbulak.com» туристік блогтары. Зерттеу дереккөздерінен 1600 ағылшын туристік пост-мәтіндері және қазақ тілінде 1400 пост-мәтін жинақталып, талданды.

Зерттеу жұмысының теориялық маңыздылығы. Ағылшын және қазақ тілдері негізіндегі күрделі дискурсивті түзілімдер ретінде дискурстың гибридті түрлерін түсіну стратегиялары, мазмұнның лингвопрагматикалық интерпретациясы және дәлелденген теориялық тұжырымдар дискурс теориясы мен әсер ету теориясының дамуына ықпал етеді. Зерттеу нәтижелері туристік дискурстың жанры ретінде блог-дискурс идеясын кеңейтеді. Туристік блог-дискурстың гибридті дискурс ретінде қалыптасуы мақсатты аудиторияға байланысты оның коммуникативті стратегиялары мен тактикаларын жан-жақты талдауда көрініс тапты. Зерттеудің негізгі нәтижелері әртүрлі лингвомәдениеттердегі туристік блог-дискурстың табиғатын одан әрі зерттеуге ықпал етеді.

Зерттеу жұмысының практикалық маңызы. Зерттеу жұмысында ұсынылған қорытындыларды шетел филологиясы және туризм факультеттерінің студенттері мен магистранттарына арналған оқу-әдістемелік құралдарды жазу барысында және туристік сала бойынша лексикографиялық сөздіктерді толықтыруда, ағылшын және қазақ тілдерінде маркетингтік және жарнамалық сипаттағы мәтіндерді, туристік жолсілтемелерді жасауға арналған материалдар ретінде пайдалануға болады. Диссертациялық жұмыстың материалдары туристік блог-дискурс бойынша одан әрі ғылыми-зерттеу жұмысының негізі ретінде пайдаланылуы мүмкін. Атқарылған жұмыс нәтижесінде туристік саланы және қазақ тіліндегі туристік блогингті қамтитын ағылшын тіліндегі маңызды материал жинақталып, сипатталды және жүйеленді. Теориялық нәтижелер мен жинақталған материалдарды шетел филологиясы, мәдениетаралық коммуникация, аударматану, прагмалингвистика, дискурсивті лингвистика, медиалингвистика, журналистика, сервис және туризм, маркетинг курстарын оқытуда қолдануға болады.

Зерттеу жұмысы бойынша қорғауға ұсынылатын негізгі тұжырымдар:

1) Туристік блогинг, туристік блог – дискурс ретінде – медиа, жарнама, PR, туристік және маркетингтік дискурс тоғысуында пайда болған туристік дискурстың гибридті түрі болып табылады, оның құрамында аталмыш дискурстардың конститутивтік белгілері бар. Лингвистикалық тұрғыдан туристік блог туристік блогингтің дискурсивті бірлігі ретінде интернет-коммуникация жанры медиа дискурсқа жатады және медиалық (жанрлық

безендіру, мультимедиалық, гипермәтіндік, интерактивтілік, асинхронды байланыс), функционалдық (ақпараттылық, аксиологиялық, уәждік және персуазивтілік, прагматикалық) және құрылымдық-семантикалық (тақырыптық креолизацияланған мәтіндер, пост-мәтіндер) параметрлермен сипатталады.

2) Туристік блог - дискурс белгілі бір лингвокогнитивті және лингво-прагматикалық сипаттамалары бар гипермәтіндік орта ретінде айқын коммуникативті әсері бар эмоционалды, аффективті ықпалдың жоғары деңгейімен сипатталады. Туристік қызметті ілгерілету туристік блогты ілгерілету прагматикасын жүзеге асыратын коммуникативті стратегиялар мен тактикаларға негізделеді. Олар өз кезегінде туристік блогингті ілгерілету прагматикасын жүзеге асырады. Туристік блог-дискурстың негізгі коммуникативтік стратегиялары мен тактикалары оның мақсатты аудиториясына және блогердің прагматикалық интенциясына және стереотиптері мен лингвомәдени болмысына байланысты әртүрлі.

3) Туристік блог-дискурстың негізгі коммуникативті стратегиялары позитивті коммуникативті стратегия (тактика: «адалдық пен сенімділік», «беделге сілтеме», «қошемет көрсету», «жеделдік, тындырымдылық», «ғажайып өмір», «қысым», «тиімді ұсыныс», «сезімге сүйену», «туристік бағытты позициялау»), құндылыққа бағытталған коммуникативті стратегия (тактика: «фондық білімге сілтеме», «көрікті жерлердің бірегейлігі», «туристік дестинацияның салт-дәстүріне құрмет»).

4) VIP туризм үшін «мәртебеге сүйену» стратегиясы қолданылады және бюджеттік туризм үшін «коммуникативті персуазивті стратегия» қолданылады. Тақырыптық бағыт бойынша діни және спорттық блог-дискурс басымдылыққа ие және олар «туристік өнімдер мен қызметтерді позициялау және ілгерілету» стратегиясы арқылы жүзеге асырылады. Ағылшын тілді туристік блогта «коммуникативті позитивті стратегия» және «мәртебеге сүйену» стратегиясы басым. Қазақ тілді туристік блогингте позитив стратегиясының қолданысы басым, дегенмен «мәртебеге сүйену» коммуникативтік стратегиясының (VIP туризм) қолданылу деңгейі төмен. Қазақ тіліндегі туристік блог-дискурста пост-мәтіндердің адресаттарға нарратив негізінде ықпал ету ықтималдығы жоғары. Қазақ тілді туристік блогтарда позитивті коммуникативті стратегияларды қолданылуы да басым, дегенмен «сезімдерге жүгіну» және «жеделдік, тындырымдылық» тактикасы сирек қолданылады. Қазақ тіліде туристік блогтарда «мәртебеге жүгіну» (VIP-туризм) коммуникативтік стратегиясын жүзеге асыратын тілдік маркерлердің ауқымы шектеулі.

5) Туристік блогинг белгілі бір блогер ұсынған медиа өнім локутивті, иллюкутивті, перлокутивті сөйлеу актілері арқылы жүзеге асырылатын әртүрлі коммуникативтік жағдаятты сипаттайды. Ағылшын тілді туристік блог-дискурста иллюкутивті сөйлеу актісі кезінде адресант ақпаратты әдетте, сарапшы, кәсіпқой маман ұсынысы ретінде жүзеге асырады. Ақпарат кеңес, лайфхах ретінде беріледі. Ағылшын тілді блогерлердің медиа өнімдері – бұл толыққанды бизнес, ал блогерлер кеңесші, сарапшы, дос, мотиватор рөлдерін

орындайды және пост-мәтіндер ұсыныстық-тәжірибелік бағытта болады. Ағылшын тілді туристік блогинг қазақ тілді туристік блогингке қарағанда көп арналы, мультимедиялық, кең тақырыптық бағытпен, өзгермелі коммуникативтік жағдаятқа бейімділікпен, сондай-ақ туристік блогқа тән жоғары экспрессивті-эмоционалды бағалауыштық тілдік бірліктермен, прагматикалық интенция және экстралингвистикалық факторлардың бірегейлігімен сипатталады. Туристік блог-дискурста коммуникативтік интенция вербализациясы адресатқа қажетті деңгейде әсер ететін лингвопрагматикалық құралдарды қолдану арқылы жүзеге асырылады. Ағылшын туристік блогингінде коммуникативтік стратегиялар эмоционалды-экспрессивті және бағалауыш лексика, ауызекі сөйлеу лексикасы, фразеологиялық тіркестер, неологизмдер, терминдер, креолизацияланған мәтіндер, эпитеттер, гипербола, метафоралар, риторикалық сөйлемдер арқылы жүзеге асырылады. Қазақ тілді туристік блогинг ағылшын тілді туристік блогингтерінен айырмашылығы лингвопрагматикалық құралдардың шектеулілігімен сипатталады. Қазақ тілді туристік блогинг англицизмдер, окказионализмдер, ауызекі сөйлеу лексикасы, интернационализмдердің кең қолданысымен ерекшеленеді.

Жұмыстың апробациясы. Қорғауға шығарылатын ережелер 18 ғылыми еңбектерде, оның ішінде 7 - халықаралық журналдарда, 2 – SCOPUS мәліметтер базасына енгізілген халықаралық журналдарда, 7 – ҚР БҒСБК ұсынған басылымдарда жарық көрді. 1 – ҚазХҚжӘТУ Хабаршысында, 1 – ҚазҰҚПУ – нің Хабаршысында жарияланды.

Зерттеу жұмысының құрылымы. Зерттеу жұмысы кіріспеден, үш тараудан, қорытынды мен пайдаланылған әдебиеттер тізімі, қосымшадан тұрады.