

**YAZILIŞININ 950. YILINDA
ULUSLARARASI DÎVÂNU LUGÂTİ'T-TÜRK VE TÜRK
DÜNYASI SEMPOZYUMU
(04-06.12.2024) BİLDİRİ KİTABI**

Divānu Lugāti't-Türk'te Geçen "üşkür-" Eylemleri Üzerine

İbrahim KEKEVİ..... 481

Garazsyzlyk Döwründe Türkmenistanda Takytylar Döwletiniň Taryhynyň Öwrenilişi

Parahat DURDYGYLYJOW..... 486

Түркітану Негіздері Және М. Қашғари Сөзінің Ортологиясы

Бағла МҰРАТБЕК ҚҰРМАНБЕКҚЫЗЫ; Жанар ӘМІРҒАЛИ ОРЫНБАСАРҚЫЗЫ 491

Түркі Халықтары Мен Қазіргі Қазақстанның Тілдері Жалқы Есімдерді Зерттеу Контекстінде
(Жазба Ескерткіштерінің Материалдары Негізінде)

**Saule ABIMULDINA; Nursulu SHAIMERDENOVA; Bakytzhamal GABDULKHAYEVA;
Ainur KIKBAEVA; Issabay YESMAGAMBETOV** 499

Azarbaycan Türkologiyasında "Divanü Lüğat-İt-Türk"

Aytac RÜSTƏMLİ..... 505

Türkmenistanda Horezmşalar-Anuşteginler Döwletiniň Taryhynyň Öwrenilişi

Dimmuhammet TEKAÝEW 510

Бизнес Лингвистиканың Синергетикалық Бағыттағы Ғылым Саласы Ретінде Қалыптасуы

Бақытжан КАДЫРОВА ҚАЙРАТҚЫЗЫ; Лаура ҚҰМАР ҚАЙРАТҚЫЗЫ..... 513

Дамытушы Білім Беру Және Оның Шет Тілдерін Оқудағы Қолданылуы: Жасанды Интеллект
Пен Мәдени Мұраның Рөлі

Асель УТЕГЕНОВА; Дельяз АБЕНОВА..... 517

Abdurrauf Fitrat'ın "Divan U Lügat İt Türk"Teki Nazm Örnekleleriyle İlgili Görüşleri

Nadirhan HASAN; Orzigül HAMROYEVA..... 523

Махмұт Қашқаридің «Диван Луғат Ат-Түрк» Атты Сөздігіндегі Ауыз Әдебиеті Үлгілерінің
Берілу Құндылығы

Ж.А. НОҒАЙБАЕВА..... 527

Sowet Türkmenistanynyň Okuw Kitapларында Түркіяниң Тарыhy

Баýрам REJEPOW 532

Türkmenistan'da Karamanoğullari Üzerine Yapılan Çalıřmalar (Tarih, Dil ve Edebiyat Bağlamında)

Ýazgeldi ÇARYÝEW 537

SEMPOZYUM PROGRAMI..... 541

KATILAN KURUMLARIN LOGOLARI 546

SEMPOZYUMDAN KARELER 547

БИЗНЕС ЛИНГВИСТИКАНЫҢ СИНЕРГЕТИКАЛЫҚ БАҒЫТТАҒЫ ҒЫЛЫМ САЛАСЫ РЕТІНДЕ ҚАЛЫПТАСУЫ

Бакытжан КАДЫРОВА ҚАЙРАТҚЫЗЫ*

Лаура ҚҰМАР ҚАЙРАТҚЫЗЫ†

Аннотация

Мақалада қазақ тіл білімі үшін тың сала болып табылатын бизнес лингвистиканы қалыптастыру және оны қолданбалы лингвистиканың пәнаралық бағыты ретінде жүйелеу мәселелері қарастырылады. Бизнес лингвистиканың негізгі бағыттары, ғылым саласы ретінде дамуы, әдіснамасы мен практикалық маңыздылығы сараланады. Бизнеснің тілін ұлттық-мәдени және салааралық тұрғыдан саралау бизнес лингвистиканың ғылыми-теориялық тұрғыдан қалыптасуына негіз болады.

Кілтті сөздер: бизнес лингвистика, қолданбалы лингвистика, бизнес дискурс, синергетика, тіл білімінің бағыттары

Formation of Business Linguistics as a Scientific Field in the Synergetic Direction

Abstract

The article addresses the establishment of business linguistics as a novel field for Kazakh linguistics and its systematization as an interdisciplinary direction of applied linguistics. The main directions of business linguistics, its development as a scientific field, its methodology, and practical significance are analyzed. Examining the language of business from a national-cultural and interdisciplinary perspective serves as a foundation for the scientific and theoretical formation of business linguistics.

Keywords: business linguistics, applied linguistics, business discourse, synergetics, directions of linguistics.

İşletme Dilbiliminin Bir Bilim Alanı Olarak Sinerjik Bir Yönde Kurulması

Özet

Makalede Kazak dilbilimi için yeni bir alan olan ticari dilbilimin oluşumu ve uygulamalı dilbilimin disiplinler arası bir yönü olarak sistemleştirilmesi ele alınmaktadır. İşletme dilbiliminin ana alanları, bir bilim dalı olarak gelişimi, metodolojisi ve pratik önemi farklılaşmaktadır. İşletme dilinin ulusal-kültürel ve disiplinler arası açıdan farklılaşması, bilimsel-teorik açıdan iş dilinin oluşmasının temelini oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: İşletme dilbilimi, uygulamalı dilbilim, işletme söylemi, sinerji, dilbilimin alanları

Жаһандану кезеңіндегі заманауи әлемде халықаралық және республикалық іскерлік қарым-қатынастарды табысты жүргізуде бизнес лингвистика маңызды рөл атқарады. Ғылымның бұл саласы тіл мен бизнеснің өзара байланысын, сондай-ақ іскерлік мақсаттарға жету үшін тілдік құралдарды пайдалану жолдарын зерттейді. Халықтың бәрі бизнесмен болмағанымен, олар ұсынып отырған тауар мен қызметті пайдаланушылар. Сондықтан бизнес лингвистика саласындағы білім әлеуметтік-экономикалық және жарнамалық дискурстағы терең де шынайы мағынаны түсінуге, қоғамдық санаға әсер етудің манипуляциялық тетіктері мен әдістерін анықтауға көмектеседі. Бұл білім кәсіпкерлерге де тиімді. Бизнес лингвистиканы жетік

* ф.ғ.к., профессор Торайғыров университеті ҚаАҚ, Павлодар, Қазақстан bakytzhan010270@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5952-8219

†филология ғылымдарының магистрі, Торайғыров университеті ҚаАҚ, Павлодар, Қазақстан kumarlaura1996@gmail.com, ORCID: 0009-0005-2637-0936

менгерген адамдардың көмегі арқылы компаниясын жақсы қырынан көрсетіп, имидждерін қалыптастырады, өз қызметі мен тауарын тиімді ұсына білетін болады.

Қазақ лингвистикасында бизнестің тілі зерттелмеген, бизнес лингвистика жеке ғылым саласы ретінде қалыптаспаған деуімізге болады. Сондықтан осы тақырыптағы зерттеудің болашағы зор. Сонымен қатар бизнестің тілін ұлттық негізде қалыптастыруға ықпал ету де өте өзекті. Бизнес лингвистика қолданбалы лингвистиканың пәнаралық бағыты ретінде әлеуметтік лингвистикамен, психолингвистикамен, лингвомадениеттаныммен, лингвопрагматикамен, когнитивтік лингвистикамен, медиалингвистикамен, құқықтық лингвистикамен және т.б. байланысты. Сондықтан бизнес лингвистикада қолданылатын тілдік ресурстарды осы бағыттарда саралау жоспарланды. Бизнес пен лингвистика – бұл адам біріктіретін ғылымның екі саласы. Елдің экономикалық жетістіктері, оның ішінде бизнесінің дамуы, мәдениеті мен тілі арасында айқын да нақты байланыс бар. Бұл факт ғалымдарға бизнес лингвистиканы жаңа ғылыми пән ретінде қалыптастыруға мүмкіндік береді. Ал бизнес лингвистиканы зерттеушілердің негізгі міндеті – бизнес және экономика саласындағы мамандардың коммуникативті құзыреттілігін дамытуда кәсіби көмек көрсетуді қарастыру.

Бизнес лингвистика қолданбалы лингвистиканың пәнаралық бағыты ретінде түрлі ғылым салаларымен байланыстылығын айттық. Соның ішінде тіл білімінің желісі салаларымен байланысын көрсету:

- мәтін лингвистикасы,
- коммуникация мәселелері;
- жарнама дискурсы,
- функционалды стилистика;
- психолингвистика;
- әлеуметтік лингвистика;
- танымдық лингвистика;
- лингвомадениеттану;
- медиалингвистика;
- саяси лингвистика және т.б.

Әлемдік тіл білімінде бизнес лингвистика туралы зерттеулердің жазыла бастауы кейінгі кезеңге тиесілі. Бизнес салалары мен кәсіпкерліктің дамуы фирмалар, филиалдар және жеке кәсіпкерлер арасындағы іскерлік коммуникацияларға сұраныстың күрт өсуіне әкелді. Бизнесті тиімді және табысты етуді көздеген кәсіпкерлер мен ғалымдар синергетикалық бағыттағы жаңа ғылым саласын тудырды. Бизнес-лингвистика – іскерлік қызметте тілдік ресурстарды пайдалануды, яғни бизнес коммуникацияның тілдік компоненттерін зерттейтін ғылым. Бұл саладағы зерттеулердің қатарында орыс тіл біліміндегі Ю. В. Данюшинаның «Бизнес-лингвистика және ғаламтордағы іскерлік қатынас» (М., 2010), «Бизнес-дискурс» (М., 2009) атты зерттеулері мен докторлық диссертациясын айтуымызға болады. Диссертацияда ағылшын тіліндегі желілік (ғаламтордағы) бизнес-дискурсқа көп деңгейлі талдау жасалып, ағылшын тіліндегі желілік бизнес-дискурс лексикасының танымдық-мағыналық, стилистикалық қырлары мен прагматикасы зерттелген (Москва 2011: 133-140).

Зерттеуші бизнестің халықаралық тілі іс жүзінде ағылшын тіліне айналып отырғандықтан ағылшын тіліндегі бизнес-дискурсты зерттеуге нысан еткенін айтады. Ағылшын тілі генеологиялық тұрғыдан да, типологиялық тұрғыдан да басқа тілдердің классификациясына жататыны белгілі. Лингвомадениеттанымдық, этностық ерекшелігі тұрғысынан үлкен айырмашылық бар. Сондықтан онда айтылған тұжырымдардың барлығын қазақ тіл біліміне қабылдай алмайтынымыз анық. Біздің мақсатымыз бизнес-лингвистиканы қазақ тілінің тілдік ресурстары негізінде, ұлттық стильде, мемлекеттік тіл мәртебесін көтере отырып қалыптастыру. Бұл, әрине бизнеске қатысты терминологияны толықтай қазақшаға аудару деген емес. Мәселе қазақ тіліне тән сөз саптауда, тілімізде бар лексика-фразеологиялық қорды тиімді пайдаланып, қазақ бизнес лингвистикасын қалыптастыруда.

Бизнес лингвистиканың пәнаралық бағыты ретінде қарастырылып отырған лингвистика салалары бойынша шетелдік және отандық тіл білімінде біршама зерттеулер бар. Мәселен

бизнес саласындағы сөйлеу коммуникациясының танымдық, лингвопрагматикалық, жанрлық және мәдени аспектілері Э. И. Гурьеваның «бизнес саласындағы сөйлеу коммуникациясы: интегративті теорияны құру» атты зерттеуінде қарастырылған (Краснодар, 2003: 18). Зерттеу орыс және ағылшын тілдеріндегі материалдар негізінде жазылған. В. А. Спивак бизнес коммуникацияны іскерлік байланыстардың тиімділігін қамтамасыз ету факторы ретінде анықтайды (Спивак, 2002: 448). А. М. Сосновская болса іскерлік коммуникацияны бірлескен қызығи (кәсіби, өндірістік, ғылыми, коммерциялық, саяси және т.б.) ұйымдастыру және оңтайландыру мақсатында субъектілер арасындағы өзара әрекеттесу ретінде анықтайды (Сосновская, 2011: 180). Маркетингтік дискурстағы жанрлық жұпның коммуникация-прагматикалық негіздерін И. А. Гусейнова (Москва, 2010: 20), құжат лингвистикасы (Кушнерук, 2008: 70), бизнес мәдіадағы метафоралық образ, бизнес дискурстың типологиясы, және т.б. орыс тіл білімінде зерттелген. Бизнес лингвистика зерттелмеген және сала өкілігі С. М. Иманқұлова мен Ш. Ә. Рамазанованың мақаласында (ҚазҰУ Хабаршысы, 2016), жарнаманың тілі де түрлі аспектілер бойынша зерттелген (Иманқұлова, 2016).

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар мен жаһандану дәуірінде бизнес контексте сөйлеудің маңызы барған сайын маңызды бола түсуде. Бизнес коммуникацияға арналған мәрімді басшылар шығарылған. Іскерлік қарым-қатынас саласындағы кең ауқымды зерттеулер танымал бизнес мектептерінде жүргізілуде.

Іскерлік қатынастар туралы танымал зерттеулер өткен ғасырдың тоқсаныншы жылдарында бастау алған. Кәсіпкерлер өз мақсатына жету үшін тілді қалай қолданады? деген сұрақ сол кезеңдерде көтерілген. Жақалған проблемалар теңірегінде, мәселен жарнама тілі, дискурс, контекст, тілдік бірліктердің стилистік қызметі, лингвомадениеттаным, қарым-қатынас теориясы және т.б. туралы зерттеулер бар. Бірақ осы аталған мәселелер бизнес лингвистиканың некаралық бағыты ретінде бір жұйада қарастырылмаған. Екіншіден, бизнеске байланысты зерттеулер өзге тілдегі материалдар бойынша жасалған. Бизнес қазақстанда да өркендеп келеді. Жылма бірінші ғасыр – бизнестің дамыған ғасыры. Елімізде бизнестің түрлері де көбейген. Төзәр бизнесі ғана емес, инфобизнес, даладдық сауда деген түрлері де бар. Әлемге тараған комид ауруы да бизнеске ерекше өсер өтті. Адамдардың оқшаулануына байланысты онлайн сауда өрістеді. Бүтінде бизнесмендердің алу пайыздан астамы офлайннан онлайнға көшкен. Бұл жерде маңыздысы – тұтынушылармен дұрыс коммуникацияға түсе білу. Ғаламтор арқылы бизнестің дұрыс жарнамалап, сапасын, артықшылықтарын жеткізе білуде. Міне, осы арада тұтынушылармен коммуникацияны дұрыс орыату, тауардың немесе өзіңді дұрыс сата білу (егер инфобизнеспен айналысатын болсаңыз) деген мәселе тұяндайды. Қазақ тілінде инфобизнесмен айналысып жатқандар біртіндеп көбеюде. Солардың тілім зерттеу арқылы қазақ бизнес-лингвистикасының ғылыми-теориялық негіздерін тұжырымдау өзекті өрі құрамысқа ке.

Іскері қарым - қатынас грамматика мен мәтіннің ұйғасымділігі тұрғысынан маіадамаларді дұрыс құру ғана емес, бұл іскері қарым-қатынастың жаппы қабылданған нормалары арасында сұхбаттасушыға қажетті өсер өту құралы. Дұрыс, сөйлеуді жүзеге асыру үшін лексика мен грамматиканың өзара әрекетінің арқашалықтарын білу жеткіліксіз. Сондықтан бизнес коммуникацияны бизнестегі кәсіби мақсаттарға қол жеткізу тұрғысынан қарастырылған жөн.

Компанияның сыртқы ортамен коммуникациясы күрделене түсуіне байланысты ол жанрлық тұрғыдан да түрлене түседі. Олардың қатарына іскерлік кездесулер, түрлі кеңестер мен кәсіпсөздер, консультациялар мен тренінгтер, бизнес-тұсауәсерлер, баспасөз конференциялары, жарнама, бейнеконференциялар, телефон арқылы сөйлесу, іскерлік хат алысу, газет және журнал мақалалары жатады. Корпоративтік қарым-қатынастың жанрлары да өртүрлі: бұл компания ішіндегі іскерлік хат алысу, өлеуметтік-қарастық қатынастарды, бизнесті бәтіндейтін кәсіпшарттар мен құжаттар, түрлі жоспарлар, телефон қоңыраулары, бейнеконференциялар, өр түрлі іс-шаралардағы менеджершілер мен қызметкерлердің сөйлеген сөздері, құтықтау хаттары және т.б.

Зерттеу бойынша алынған нәтижелерді тіл теориясы (оның ішінде қазақ тілі), стилистика, лингвопрагматика, бақаралық және мәдіа коммуникациялар теориясы, қолданбалы лингвистика, жарнама және маркетинг және т.б. саладағы арнайы курстар бойынша теориялық

курстар құрастыру кезінде қолдануға болады. Бірлардан басқа бизнес лингвистиканы барлық бизнес-мамандарға оқыту, біліктілікті арттыру бағдарламаларына қолдану қолға алынатын тиіс деп есептейміз.

Ғылыми зерттеулер бизнес лингвистиканың шетелдік тіл білімінде зерттеліп жатқанын көрсетеді, бірақ қазақ лингвистикасы үшін бизнес лингвистика жаңа сала. Қазақ тіл білімінде оқытудың осы саласының теориялық негіздерін қалап, өз алдына жеке ғылым саласы ретінде қалыптастыру қажет. Жаһандану мен халықаралық кооперацияның дамуымен бұл сала мамандарының қызметтеріне сұраныс тек өсе түседі. Компаниялар ертүрлі мәдениеттер мен тілдер арасындағы тиімді өзара әрекеттесуді қамтамасыз ете алатын мамандарға көбірек мұқтаж болады.

Болашақта бизнес лингвистика лингвистердің, аудармашылардың, локализаторлардың, медианитарлық коммуникация мамандарының және басқа да сарапшылардың күш-жігерін біріктіретін дербес ғылым саласына айналуы мүмкін. Бұл біріншай әдіснамалық базаны құруға және көрсетілетін қызметтердің сапасын арттыруға мүмкіндік береді. Бизнес лингвистика халықаралық іскерлік қатынастарды табысты жүргізуде маңызды рөл атқарады. Ол компанияларға ертүрлі әлдердегі серіктестермен тиімді қарым-қатынасты қамтамасыз ете отырып, тілдік және мәдени кәдергілерді өңсәруге көмектеседі. Ғылымның бұл саласын дамыту отандық және халықаралық бизнесті одан әрі дамытуға, халықаралық байланыстарды нығайтуға маңыз ететін болады.

Әдебиеттер

- Данюшина Ю. В. Бизнес-Лингвистика И Дискурс Обществе В Интернет: Монография. М.: ГУУ, 2010. 275 с.; Данюшина Ю. В. Бизнес-дискурс/ монография, М.: ГУУ, 2009; Бизнес-лингвистика – новое синергетическое направление прикладной лингвистики. Вестник Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина. Научный журнал. № 2. Том 1. Филология. СПб, 2010. С.133-140. (0,5 п.л.).
- Гуреева Э. И. Речевая Коммуникация В Сфере Бизнеса: К Созданию Интегративной Теории: На Материале Текстов На Русском И Английском Языках. Автореф. дисс. на соискание док. фил. наук. Краснодар, 2003.
- Гуреева Э. И. Бизнес-Текст Как Языковая Культура // Язык. Этнос. Сознание. Материалы междунар. научн. конф. (24-25 апреля 2003 г.), – Майкоп, 2003. – Т. 2. – С. 38-46.
- Спицын В. А. Современная бизнес-коммуникация. – Петер, 2002. – 448 с.
- Сосновская А. М. Деловая Коммуникация И Переговоры: Учебн. Пособие. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2011-180 с.
- Гусейнова А. И. Коммуникативно-Прагматические Основания Живой Системы В Марксистском Дискурсе. Автореф. Дис...Доктора Филологической Наук. Москва, 2010
- Куширук С.П. Документальная лингвистика. – М.: Флинта, 2008.
- Иманқұлова С. М., Рамазанова Ш.Ә. Бизнес-лингвистика – Зерттелмеген Жаңа Сала. ҚазҰУ Хабаршысы, 2016.