**Татыева Жансая Амангельдыкызы**

6D021000 – «Шетел филологиясы» мамандығы бойынша

(PhD) философия докторы дәрежесін алу үшін жазылған

«Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан университеттерінің бірегейлігін көрсететін маркетингтік дискурстың лингвокогнитивтік және социомәдени ерекшеліктері» тақырыбындағы диссертациялық жұмысына

**АҢДАТПА**

Қазіргі кезде қоғам ақпаратты құрылымдау және презентациялау мәселелерімен бетпе-бет келіп отыр, бұл ұйымдардан ақпаратты ұсынудың тиімді әдістерін енгізу арқылы жаңа жағдайларға бейімделуді талап етеді. **Зерттеудің өзектілігі** жаңа технологиялардың пайда болуымен интернет-кеңістігіндегі веб-сайттарда жарияланған мәтіндер арқылы университеттер өздерінің ұйымдық бірегейлігін толық жариялай алатын ең маңызды ақпараттық арнаға айналуымен байланысты. Университеттердің ұйымдық бірегейлігін көрсететін мәтіндерді зерттеу жалпы дискурсивтік өрісті және атап айтқанда маркетингтік коммуникация кеңістігін зерттеуде қызығушылық тудырады, өйткені маркетингтік тенденциялар өмірдің көптеген салаларына, соның ішінде жоғары білім беру жүйесіне әсер етеді. Университеттердің бірегейлігін көрсететеін маркетингтік дискурсты (УБКМД) зерттеу жоғары оқу орындарының негізгі сипаттамаларын ұсынатын сонымен бірге жалпы қоғам дамуының басым тенденцияларын көрсететін ұйымдық бірегейлікті көрсететін мәтіндерінің ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік береді. Жақсы жазылған ұйымдық бірегейлік мәтіндер университеттерге өз позициясын анықтауға, ерекшелігін, жоғары стандарттарын және ұлттық және халықаралық басымдықтарға сәйкестігін көрсетуге көмектеседі. Бұл зерттеудің өзектілігі «Қазақстан-2050» Стратегиясына (4-бөлім: «Білім және кәсіптік дағдылар қазіргі заманғы білім беру жүйесінің, кадрларды даярлау мен қайта даярлаудың негізгі бағдарлары болып табылады») және Қазақстан Республикасында жоғары білімді және ғылымды дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасына сәйкес Қазақстанның жоғары білімді ұлтты қалыптастыруға ұмтылысын көрсететін және олардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін жоғары оқу орындарының ұйымдық бірегейлігінің маңызды сипаттарын анықтау міндетімен де айқындалады.

**Зерттеу нысаны** – Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан университеттерінің бірегейлігін көрсететін маркетингтік дискурс.

**Зерттеу пәні** университеттердің ұйымдық бірегейлігінің мәтіндерінің қалыптасуына негіз болатын Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан жоғары оқу орындарының бірегейлігін көрсететін маркетингтік дискурстың когнитивтік -концептуалды, тілдік және лингвосоциомәдени ерекшеліктері болып табылады.

**Жұмыстың мақсаты –** Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан университеттерінің бірегейлігін көрсететін маркетингтік дискурсты құрайтын когнитивтік-концептуалды, тілдік және лингвосоциомәдени ерекшеліктерді сипаттау.

Зерттеу мақсатына сәйкес **келесі міндеттер тұжырымдалды:**

– жоғары оқу орындарының ұйымдық бірегейлігінің негізгі белгілерін анықтай отырып, УБКМД-тың негізгі сипаттамаларын анықтау;

– Университет концептісін және оның даму кезеңдерін қарастыру;

– Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстанның УБКМД-на тән когнитивті домендерді анықтау;

– Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан УБКМД-на тән тілдік әдістер мен құралдарды анықтау;

– Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстанның УБКМД-на тән лингвосоциомәдени ерекшеліктерін анықтау;

– Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстанның УБКМД-не салыстырмалы талдау жүргізу.

**Зерттеудің әдіснамалық негізін** когнитивтік-лингвистикалық зерттеу саласындағы– (Дж. Лакофф, Р. Лангакер, Л. Тальми, Ч. Фильмор, К. Харт, Д. Златев, М. Коптьевская-Тамм, А. Чиенки, Е.С. Кубрякова, Н.Д. Арутюнова, Н.Н. Болдырев, Ю.С. Степанов, С.С. Кунанбаева, С.И. Исабеков, О.К. Ирисханова), дискурстық талдау (Т. Ван Дейк, Н. Фэйрклаф, Т. Ван Левен, Р. Водак, В.З. Демьянков, В.И. Карасик, В.В. Красных, А.А. Кибрик, В.Е. Чернявская, Л.О. Чернейко, А.К. Хурматуллин, В.С. Григорьева, Б.А. Ахатова, Г.Г. Буркитбаева, Г.Г. Гиздатов) маркетингтік дискурс (Дж.Т. Свендсен, Г. Маутнер, И.А. Гусейнова, Л.В. Ухова, С.Л. Фурманова, М.Ю. Соколова, С.У. Нуралиев), лингвомәдениеттану (С. Левинсон, В. Коллер, Х. Вольф, Н.Ф. Алефиренко, В.И. Карасик, В.А. Маслова, С.С. Кунанбаева, А.И. Ислам, Г.И. Исина, К.К. Дуйсекова, Б.С. Жумагулова, В.У. Махпиров, Т.В. Шевякова, А.А. Загидуллина), корпустық лингвистика (П. Райсон, Э. Тонини-Бонелли, П. Бейкер, С.Ю. Богданова), университеттердің әртүрлі қызметтері саласындағы зерттеулермен (Дж. Хуисман, Б. Хеовичай, И. Аскехаве, С.К. Жарқынбекова, В.Е. Чернявская, Б.А. Ахатова, Н.В. Монгилева, Г.Б. Норузова, В.С. Белоусова, И.Ю. Парулина) айналысқан шетелдік және отандық авторлардың еңбектері құрады.

**Зерттеу әдістері**:жалпы ғылыми: талдау және синтез; лингвистикалық әдістер: дискурстық талдау, когнитивтік-концептуалды талдау, лингвокогнитивтік талдау, лингвомәдени талдау, семиометриялық талдау, Wmatrix 5.0 бағдарламасы: семантикалық домендік талдау, корпустық лингвистикасының конкорданттық талдауы, корпустық лингвистикасының коллокациялық талдауы, аналитикалық категориялау схемасы, жүйелік-функционалдық лингвистиканың транзитивті талдауы, салыстырмалы талдау.

**Қорғауға ұсынылатын негізгі қағидалар:**

Қазіргі дискурсивті тәжірибелер маркетингтік дискурстың сипаттамаларын қабылдап алуға бейімділігін көрсетіп отыр. УБКМД – университет веб-сайттарының ұйымдық бірегейлік мәтіндерін қалыптастыруға негіз болатын университеттердің негізгі сипаттамаларын лингвистикалық ұсыну нысанын білдіретін, әртүрлі дискурстардың бірігуі нәтижесінде қалыптасатын маркетингтік дискурстың бір түрі.

Университеттердің ұйымдық бірегейлігі әртүрлі ұйымдардың, соның ішінде жоғары оқу орындарының негізгі және тұрақты белгілерін анықтайтын, сол арқылы ұжымдық өзіндік сананы қалыптастыратын институционалдық стандарттар жиынтығымен сипатталады. Университеттің ұйымдық бірегейлігі – университеттің негізгі, тұрақты және дифференциалды, вариативті сипаттамаларын тіл арқылы тіркейтін университеттердің танымдық құрылымдық, құндылық, әлеуметтік шартты өзін-өзі көрсетуі; ол УБКМД-ның негізгі құрамдас бөлігі болып табылады.

УБКМД университетті оның негізгі сипаттамаларын – білім, ғылым, мамандарды даярлауды ескере отырып ұсынады, сонымен бірге білім беру саласындағы бизнес пен кәсіпкерлікке баса назар аударады, білім беру қызметтерін ілгерілету құралы ретінде әрекет етеді. УБКМД өзіндік ерекше когнитивті, лингвистикалық және лингвосоциомәдени компоненттерінің болуымен сипатталады.

– УБКМД-тың когнитивтік-концептуалды компоненті негізгі және қосымша когнитивтік домендермен ұсынылған, олар УБКМД-тың біртұтас когнитивтік-концептуалды базасын құрайды және олардың әмбебап функциялары мен әлеуметтік рөлін атап көрсете отырып, университеттердің ұйымдық бірегейлік мәтіндерін қалыптастыруға негіз жасайды. Ұйымдық бірегейлікті көрсететін мәтіндерде анықталған қосымша домендерге сәйкес университеттер өздерін білім беру жүйесі (Education in General домені), ұжымдық қауымдастық (Belonging to a Group домені) ретінде; белгілі бір географиялық орны бар (Geographical Names домені), сондай-ақ әкімшілік басқаруды жүзеге асыратын (In Power домені) және университеттің әлеуметтік қатысушыларына қолдау көрсететін (Helping домені) ұйым ретінде көрсетеді. Әрбір елдің УБКМД-ның өзіндік тән қосымша домендері бар екені анықталды. Ұлыбритания мен АҚШ-тың УБКМД-на тән ортақ домендер - Social Actions, States and Processes; The Universe;​ Ұлыбритания және Қазақстан УБКМД-на тән - Evaluation in general. Өзіндік ерекше домендер Ұлыбритания УБКМД-на тән – Evaluation: Good; Investigate, Search; АҚШ УБКМД-на тән - Inclusion; Personal Names; Қазақстан УБКМД-на тән - Changes; Time: New and Young; Business in general. Анықталған өзіндік ерекше қосымша домендер университеттерге халықаралық білім беру аренасында саралануға мүмкіндік береді, білім беру нарығында олардың ұйымдық сәйкестігін тиімді орналастыруға ықпал етеді.

– Жалпы ұйымдардың бірегейлігін көрсететін категориялар университеттердің ұйымдық бірегейлігін көрсететін мәтіндеріне тән. УБКМД-да анықталған бұл категориялар университеттердің ұйымдық бірегейлігін көрсететін мәтіндерді құрастыруда қолданылатын контекстік лексика мен арнайы грамматикалық конструкцияларды қолдану арқылы беріледі. Таңдау категориясы УБКМД-да университеттің жеке прототиптік бейнесін жасау үшін пайдаланылады және позитивті лексикалық бірліктерді қолдану арқылы жүзеге асырылады. Шекаралар мен ішкі құрылым категориясы университеттің ұйымдық ерекшелігін бірегей және әлеуметтік субъектілердің сұраныстарына сәйкес келетіндей етіп көрсету үшін қолданылады. Бұл жағдайда жалпы сөздер мен арнайы тізімдер қолданылады. Жайғастыру категориясы бағалаушы сын есімдер мен үстемдік арқылы жүзеге асырылады, жағымды имиджді құруға бағытталған. Қозғалыс категориясы ұйымның даму динамикасын көрсету үшін қызмет етеді және өсуді немесе күшейтуді білдіретін етістіктермен, сондай-ақ кемшіліктерді азайтуға бағытталған әрекеттерді білдіретін етістіктер көмегімен жасалады. Өзара әрекеттестік категориясы ұйымның әлеуметтік қатысушылары арасындағы қатынастардың сипаттамасын білдіреді және ресурстарды алуды, ресурстарды немесе қызметтерді ұсынуды білдіретін етістіктермен және әлеуметтік қатысушылардың өзара әрекеттесу процестерін көрсететін көсемшелермен беріледі. Бұл университеттердің негізгі ұйымдық бірегейлігін қалыптастырудың негізгі матрицасы.

– УБКМД-ның семантикалық агенттік қатысушылары – Университет және Студенттер – әртүрлі процестерді білдіретін етістіктер мен етістік конструкциялары арқылы сипатталады. Бұл лингвистикалық құрылымдар тілдік экспрессияның әртүрлі формаларының нақты әлеуметтік мақсаттарға қалай қызмет ететінін және қарым-қатынаста қандай функцияларды атқаратынын анықтауға мүмкіндік беретін жүйелік–функционалды лингвистика әдістемесі арқылы анықталды.Университет семантикалық-агенттік қатысушы ретінде ұйымдық бірегейлік мәтіндерінде реляциялық, материалдық және психикалық процестерді білдіретін етістіктерді қолдана отырып сипатталуы мүмкін: сәйкестендіру (university is the first, we are research-intensive university), іс-әрекеттер (developed, initiated, creates) және бағалау (recognize, value). Студенттер семантикалық агенттік қатысушылар ретінде ұйымдық бірегейлік мәтіндерінде мінез-құлық, материалдық, реляциялық, вербалды және психикалық процесс етістіктерін бейнелеу үшін сипатталуы мүмкін: әрекеттер (engage, arrived, solve, work), сәйкестендіру (you are international, students are modern), мәлімдемелер (commented, call) және бағалау (believe, hope). Университеттердің ұйымдық бірегейлігін білдіретін мәтіндерді құрастыру алгоритмі негізінен үш зерттеліп отырған үш елдің УБКМД ұқсас келеді.

Корпустық лингвистиканың коллокациялық талдау әдісінің көмегімен УБКМД-ның негізгі қатысушылары – Университет пен Студенттерді неғұрлым мағыналы көрсетуге мүмкіндік беретін қосымша сипаттамалары анықталды. Үш елдің УБКМД-ы университеттерді ұйымдық құрылымды, әкімшілік аппаратты және басқаруды білдіретін тілдік коллокаттарымен сипаттайды. Ұлыбритания университеттері УБКМД-да, корпоративтік бірлестіктердің және университет жетістіктерінің ұлттық ерекшелігін көрсететін тілдік коллокаттарды қолданатыны анықтады; АҚШ УБКМД-да – университеттің миссиясы, жетекші ұстанымдары және іске асырылған бастамалары; Қазақстанның УБКМД-да – мемлекеттің рөлі, университеттердің жасы, даму мақсаттары мен ұсынылатын қызметтер туралы ақпарат көрсетілген. Студенттер идентификациясын, олардың мәртебесін, оқуды, халықаралық ынтымақтастықты білдіретін лингвистикалық коллокаттармен сипатталады. Анықталған коллокациялар Университеттер мен Студенттердің бірегей бейнесін жасайды, олардың маңыздылығын атап көрсетеді және университеттердің ұйымдық бірегейлігін көрсететін мәтіндерде көрініс табады.

– Университеттердің ұйымдық бірегейлігінің мәтіндерінде конкордантты талдау арқылы ашылған УБКМД–тың интердискурсивтілігі оның көп қырлы, коммуникативті бағыттылығын көрсетеді және УБКМД университеттік, білім беру, академиялық, кәсіпкерлік, жарнамалық, басқарушылық, саяси және әлеуметтік дискурстардың элементтерін пайдаланатынын көрсетеді. Конкорданттық талдау сонымен қатар УБКМД ұйымдық бірегейлік мәтіндерін қалыптастыру кезінде келесілерді пайдаланатынын анықтады: маркетингтік дискурстың лингвистикалық стратегиялары, соның ішінде келесі лингвистикалық құралдар: лексикалық және семантикалық(жарқын эмоционалды бояуы бар лексика; сенімділік пен сапаны білдіретін лексика; әлеуметтік пайдасы мен маңыздылығын білдіретін лексика; бизнес-қоғамдастықпен байланысты көрсететін лексика; коммерциялық қызметті білдіретін лексика), грамматикалық (өзіндік есімдіктер, императивтер) және прагматикалық (аргументативті беделді тұлғаларға сілтеме жасау; университеттің географиялық орналасуы).

– Ұлыбританияның, АҚШ-тың және Қазақстанның УБКМД-тың тілдік және социомәдени сипаттамалары екі жақты сипатқа ие: бір жағынан, олар ұлттық, әлеуметтік және мәдени ерекшеліктерді көрсетеді және қолдайды, ал екінші жағынан, олар халықаралық білім беру және ғылыми кеңістікке белсенді түрде біріктірілген. Үш елдің университеттерінің зерттелген мәтіндеріндегі УБКМД тілдік және социомәдени ерекшеліктеріне тән жалпы тенденциялар олардың ұлттық-тарихи ерекшеліктерімен, жоғары дәрежелі мәртебеге бағдарлануымен және университеттердің ұйымдық сәйкестігін білдіретін мәтіндерде көрініс тапқан интернационалдандыруға ұмтылуымен байланысты болуы мүмкін. Әрбір елдің УБКМД үшін басымдылық болып табылатын тілдік және социомәдени ерекшеліктері семометриялық талдау арқылы статистикалық маңызды сөздерді анықтау негізінде анықталды - Ұлыбританияның УБКМД үшін: жекелендіру (our, we, you), артықшылық пен бедел (excellence, reputation), жаһандық тану (world-leading, global, impact); АҚШ УБКМД үшін: инклюзивті қоғам (inclusion, equity, diversity), қаржылық қолдау (financial aid, scholarship), елге және әлемге қызмет ету (service), белсенділік және көшбасшылық (initiative, leadership); Қазақстан УБКМД үшін: тілдер (language, Kazakh, Russian), бизнес серіктестік (business, partnership), мемлекеттің рөлі (state, programs). Анықталған лингвистикалық және социомәдени ерекшеліктер университеттер мен мемлекет пен қоғамның өзара әрекеттесуінің әлеуметтік-мәдени құндылықтарын, басымдықтары мен тарихи қалыптасқан үлгілерін көрсетеді және университеттердің ұйымдық бірегейлігін білдіретін мәтіндерді қалыптастыруда стратегиялық маркетингтік мәнге ие.

**Диссертациялық зерттеудің ғылыми жаңалығы.** Бұл жұмыстың аясында Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстанның УБКМД алғаш рет зерттелуде, ал Қазақстанның УБКМД бұрын бұл бағытта зерттелмеген. Жұмыстың жаңалығы Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстанның УБКМД-ның когнитивтік-концептуалды, лингвистикалық және лингвосоциомәдени ерекшеліктерін зерттеудің аналитикалық категориялау схемасын, жүйелік-функционалдық лингвистикалық және лингвистикалық талдаудың транзиттік тәсілін қолданумен қатар жүргізілуінде. Алғаш рет WMatrix 5.0 компьютерлік бағдарламасы Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан УБКМД зерттеу үшін қолданылады. Зерттелеуге алынға елдердің УБКМД лингвистикалық және социомәдени сипаттамалары әлеуметтік-тарихи контекстпен ажырамас байланысты және **университеттердің маркетингтік-тартымды бейнесін** құра отырып, ұйымдық сәйкестік мәтіндерінде көрініс табады.

**Зерттеудің теориялық маңыздылығы** жалпы дискурстану бойынша теориялық білімді тереңдететін әртүрлі дискурс түрлерін зерттеу мен жүйелеу болып табылады. Зерттеу университеттердің ұйымдық бірегейлігін көрсететін когнитивтік-концептуалды, лингвистикалық және лингвосоциомәдени аспектілерге назар аудару арқылы маркетингтік дискурс теориясын толықтырады. Түрлі заманауи әдістерді қолдану арқылы кешенді талдауды қолдану әртүрлі типтегі дискурстардың контекстік мазмұнын зерттеу әдістемесін ұсынуға мүмкіндік берді. Жұмыста УБКМД және университеттің ұйымдық бірегейлігінің анықтамалары берілген.

**Практикалық құндылығы** оның пәнаралық үлесінде және білім беру мен кәсіби тәжірибеде көп қырлы қолданылуында көрінеді. Жұмыстың нәтижелері дискурстану, коммуникация зерттеулері, маркетингтік лингвистика, маркетингтік дискурстану, когнитивтік маркетинг сияқты пәндердің оқу бағдарламаларын әзірлеуде пайдаланылуы мүмкін; ұйымдық бірегейлікті қалыптастыру мәселелерімен айналысатын зерттеулері үшін. Алынған нәтижелер олардың ұйымдық бірегейлікті көрсету үшін университет веб-сайттары үшін мәтіндер жасауда қолданылады.

**Зерттеуге материалы** ресми түрде жарияланған жоғары оқу орындарының бірегейлігін көрсетететін мәтіндер болды.60 Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан университеттері таңдалды: Ұлыбритания (20 университет), АҚШ (20 университет), Қазақстан (20 университет). Жоғарыда аталған мәтіндердің негізінде Wmatrix 5.0 (Ланкастер, Ұлыбритания) компьютерлік бағдарламасының көмегімен шамамен 90 мың сөзден тұратын корпус құрастырылды және талданды.

**Зерттеу нәтижелерін тексеру:**

Зерттеу нәтижесінде 1 мақала Scopus дерекқорына енгізілген халықаралық рецензияланған басылымда, 3-і Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігінің Ғылыми-техникалық білім сапасын зерттеу комитеті ұсынған журналдарда, 6-ы халықаралық ғылыми конференциялар жинақтарында жарияланды.

– Comparative discourse analysis of Kazakhstani universities’ organisational identity // Discourse and Communication. – 2023. – Vol. 17(4). – С. 494–521. – Sage. Cite Score: 3,3; процентиль Language and Linguistics 89. Мақаланы дайындауға докторанттың қосқан үлесі 90% құрайды.

– Strategic communication: Value attributes of higher education organizations self-presentation: case study Kazakhstani and the USA universities // Хабаршы-Вестник. Серия «Филологические науки». – КазНПУ им. Абая, 2019. – №2(68). – С. 155–160. Мақаланы дайындауға докторанттың қосқан үлесі 90% құрайды.

– Discourse analysis of organizational identity presented by pedagogical universities of Kazakhstan // Хабаршы-Вестник. Серия «Филологические науки». – КазНПУ им. Абая, 2020. – №1(71). – С. 635–640. Мақаланы дайындауға докторанттың қосқан үлесі 100% құрайды.

– Lingua-cognitive analysis of marketing discourse representing universities identity // Наука и жизнь Казахстана. – 2020. – №12/2. Мақаланы дайындауға докторанттың қосқан үлесі 100% құрайды.

**Жұмыстың құрылымы**. Диссертация кіріспеден, үш бөлімнен, қорытындыдан, пайдаланылған әдебиеттер тізімінен және қосымшадан тұрады. Бірінші бөлімде жалпы дискурстың теориялық негіздері, сондай-ақ маркетингтік дискурс, УБКМД және университеттердің ұйымдық бірегейлігіне анықтамалар берілген. Екінші бөлім Университет концепциясына, оның даму модельдеріне, Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан УБКМД-ның когнитивті-концептуалды және тілдік талдауына арналған. Үшінші бөлімде Ұлыбритания, АҚШ және Қазақстан УБКМД-ның лингвосоциомәдени ерекшеліктері қарастырылады. Қорытындыда жұмыстың ғылыми және практикалық маңыздылығы көрсетіле отырып, зерттеу нәтижелері жинақталған.