

ФИЛОЛОГИЯЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР БАҒЫТЫ
НАПРАВЛЕНИЕ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ НАУК
DIRECTION OF PHILOLOGICAL SCIENCES

тақырыптық рубрикалар/тематические рубрики/ subject headings

ТІЛ БІЛІМІ ЖӘНЕ ӘДЕБИЕТ
ЯЗЫКОЗНАНИЕ И ЛИТЕРАТУРА
LINGUISTICS AND LITERATURE

ӘОЖ: 801.8

<https://orcid.org/0000-0002-4120-446X>

<https://orcid.org/0000-0002-3353-9681>

<https://orcid.org/0000-0001-9920-4676>

¹Байкадамова С.И., *¹Сматова А.Е., ²Лайсханов Ш.У.

¹магистр оқытушы, М. Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

¹магистр, аға оқытушы, М. Әуезов атындағы ОҚУ, Шымкент, Қазақстан

²PhD география ғ.д., аға оқытушы, Ажиниязов атындағы Нүкіс МПИ, Нүкіс, Өзбекстан

АҒЫЛШЫН ТІЛІНДЕГІ ДИСКУРСЫҚ ТАЛДАУ

*Автор-корреспондент: saltanat.baikadamova@uezov.edu.kz

Түйін: Бұл мақалада жалпы дискурс ұғымы және оның ағылшын тіліндегі қызметі туралы айтылған. Дискурсты ғылыми тілде айтар болсақ, ол әлеуметтік ғылымның ерекше формасы болып табылады және мәтіннің экстралингвистикалық өлшемдерін есептеуші ғылымның түрі болып табылады. Біздің осы қарастырылып отырған еңбегіміздің ұстанымы дискурсқа сараптама жасау. Барлық дискурстар - ұғымның прагматикалық ұстанымын қарастырады, психоллингвистикалық, әлеуметтік лингвистикалық, тілдік мәдениет, сонымен қатар лингвистикалық ерекшеліктерді, құрылымдық лингвистикалық көзқарас пен лингвистикалық сараптаманы зерттейді. Іскерлік қатынастардың басты мақсаты индивидке қол жеткізуді жүзеге асыру мен, белгілі бір әлеуметтік институтқа тиесілі болған индивидтер тобын аспектісіне байланысты жағдайды бір жағына қарата анықтау, осы қатынасқа түсушілердің арасындағы байланыстардың сапалығын арттыру. Бұл жерде тілге тиек ете отырып айтылатын жайт, мәдени, іскерлік дискурсқа қатысушылардың коммуникативтік және прагматикалық компетенциялары бизнес шеңберінде тұрақтылықты сақтау қажет деп есептеледі.

Кілт сөздер: дискурс, ауызша дискурс, жазбаша дискурс, іскерлік дискурс, лингвистика, сөйлеу стилі, қарым - қатынас.

Кіріспе

Дискурстың бір түрі - іскерлік дискурс. Іскерлік дискурс туралы сөз қозғағанда оның жүйелі белгішелерін, оның ішінде іскерлік қарым- қатынасқа түскен адамдардың тобы, олардың мақсаты мен құндылықтары, жоспары, тақырыбы, жанр түрлері, стилі және дискурс формулаларын атап өткен жөн.

Ең алдымен іскерлік дискурс орын алатын функционалдық салаларды анықтау керек[1]. Олар:

1. Бизнес саласындағы келіссөздер;
2. Әртүрлі компаниялар өкілдерінің арасындағы телефон арқылы сөйлесуі;
3. Іскерлік корреспонденция оның ішінде түрлі документтер, нақтырақ хаттар, телеграммалар, меморандумдар, есептер, чектер, есепшоттар және т.б.;
4. Сауда саласындағы әрекеттер;
5. Нарық және қаржы саласы;

6. Жұмысшыны жұмысқа қабылдау және жұмыстан шығару кезеңі;
7. Компанияның жарнама жұмысы;
8. Іскерлік әрекеттің формалары және құқықтық аспектілері және т.б.

Іскерлік қарым-қатынас - қатынастың бір түрі. «Бизнес немесе саясат әлемінде іскерлік қарым-қатынас белгілі бір мәселені шешуге немесе маңызды шешім қабылдауға толықтай құқылы екі компания не екі мемлекет елшілері арасында жүзеге асады».

Кез - келген іскерлік қарым - қатынастың, мейлі ол ауызша болсын, мейлі жазбаша, ең басты құндылығы алға қойылған мақсаттарға қол жеткізуі.

Басты құндылығымен қатар, келесі құндылықтары да бар. Олар:

- іскерлік қарым - қатынастың нормаларын сақтау;
- әріптестердің бір - бірінің қызығушылығын сыйлай білу;
- бизнестегі әріптестер арасындағы жүйелі қызметтік байланыс және бір –біріне деген сыйпайы қарым - қатынасы;
- қажетті мәмлеге келе алу қабілеті;
- алдамшы нәрселерден бас тарту.

Іскерлік қарым-қатынастың құндылықтары жағымды және жағымсыз кілт концепцияларға негізделген.

Негізгі жағымды концепцияға әдептілік, әділдік, шыдамдылық, төзімділік нормаларын жатқызуға болады. Ал жағымсыз концептілер арасына әділетсіздік, алдап – арбау, қулық жатады.

Кез - келген қарым - қатынастың орталық нүктесі - сөйлеу мәнерінің сәттілігі болып табылады. Ал сөйлеу мәнерінің сәтті болуы қойылған мақсатқа жетуге мүмкіндік береді.

Негізгі бөлім

Сонымен, іскерлік қарым - қатынасқа түсуші жеке тұлғаның немесе жеке тұлғалардан құралған топтың басты мақсаты бар жағдайды жақсы жаққа өзгерту және келіссөз жүргізген қарсы жақпен жақсы қарым - қатына орнату болып табылады. Іскерлік дискурстың мақсаттары оның құндылықтарымен тығыз байланыста болады. Демек басты мақсаттарды толықтыратын жанама мақсаттарды ашып көрсетеміз. Мысалы:

- Іскерлік қарым - қатынасқа түсушілердің өзара ортақ мәмлеге келудегі әрекеті, белгілі бір мәселені шешуі; позицияларын анықтау сонымен қатар, болашақта қарым - қатынасты одан әрі жақсарту түсу;

- Ортақ қызығушылықтарды ескере отырып, мәселені шешудің тиімді жолдарын іздестіру, келіспеушіліктерді болдырмау және берілген тапсырманың орындалуын қадағалау;

- Екі жақтың біреуіне пайдасы тие қоймаса да, екіншісіне тиімді болатындай шешімге келу үшін бір-біріне ықпал ету.

Іскерлік қарым - қатынастың басты мақсатына жетуге қажетті шарт болып қатынасқа түсуші тұлғалардың бір - біріне арнайы алдын-ала құрылған жоспары табылады. Іскерлік қарым - қатынастың стратегиясы жоспарын, түрін және іскерлік қарым - қатынастың мақсатының жүзеге асуын болжайды. Ол іскерлік қарым - қатынастың жобалық - жоспарлық, ынталандырушы, бақылаушы, реттеуші және сараптаушылық қызметімен тығыз байланысты[2].

Н.Г. Семенованың зерттеуіне сүйене отырып іскерлік қарым - қатынастың стратегияларын көрсетеміз:

- іскерлік қарым - қатынастың деңгейін ұстап тұруға көмектесетін көшбасшылық қабілетті қолдану;

- келіссөз барысындағы «тар жолдарды», яғни іскерлік қарым - қатынасқа түсуші тұлғаның өзіне толықтай мәлім емес мәселелерді шешудің жолдарын алдын - ала ойластыру;

- сөйлеу әктісі барысында толықтай сол мәселенің мақсатына тікелей қатысты сөйлеу, демек саралау стратегиясын пайдалану;

- сәйкестендіру стратегиясын қолдану, тапсырманы шеше білу, стильді, тақырыпты қарым - қатынас формасын бір - бірімен байланыстыра білу;
- серіктестің эмоционалдық күйін бақылай алатын, ол ашушаң, орынсыз сөйлейтін немесе кертартпа адам болса да салқынқандылық таныта білу;
- серіктесінің ұсынып отырған тақырыбы аса қызықтыра қоймаған жағдайда, не талқыланып отырған мәселе маңызын жоғалта бастағанда дер кезінде ескерту стратегиясын қолдану;
- серіктесті тікелей сынаудан аулақ болу;
- келіссөз барысындағы серіктес тарапынан ұсынылып отырған аргументтердің маңыздылығын анықтау үшін ойын шоғырлай білу стратегиясын пайдалана білу керек.

Іскерлік дискурстың ауызша және жазбаша түрлерінде өтетіні бізге мәлім. Ауызша іскерлік дискурс түріне телефон арқылы сөйлесулер, сауда саласындағы әрекеттер, сонымен қатар, нарық және жаранма саласындағы компаниялардың қызметтерін жатқызамыз. Ал іскерлік дискурстың жазбаша түріне іскерлік хаттар, келісімшарттар, есеп – қисап және бизнес саласындағы басқа да іс-қағаз түрлерін жатқызамыз. Жұмысқа қабылдау немесе керісінше, жұмыстан шығару барысын ауызша іскерлік дискурс түріне де, жазбаша іскерлік дискурс түріне де жатқызуға болады. Егер жұмысқа қабылдау барысында интервью, ауызша сұрақ – жауап болса, онда іскерлік дискурстың ауызша түріне жатқызамыз. Ал жұмысқа қабылдау барысында түйіндеме, авто-өмірбаян жазған жағдайда іскерлік дискурстыңжазбаша түріне тиесілі екенін байқаймыз.

Іскерлік дискурс сәйкесінше тәртіппен жүреді. Іскерлік дискурстың ауызша түрінде алға қойылған мақсатқа қол жеткізу үшін келіссөз немесе интервью жүргізілетін жерді және халықаралық телефон арқылы байланысқа түскен жағдайда басқа сағаттық белдеулерді ескеріп, жарнамалау кезінде де жарнаманы шығаратын уақыт пен қолайлы орынды біліп ескерген жөн.

Келіссөз жүргізу барысындағы жүйе белгілері мен оның негізгі критерийлерін атап көрсетсек:

- Келіссөз екі жақтың бітімді шешімі бойынша алдын – ала бекітілген уақытта өтеді;
- Келіссөз арнайы орында өткізіледі (конференц-зал, басқарушы кабинеті т.б.).

Келіссөзді өткізетін орынды таңдау барысында келесі мәселелерге назар аударған жөн:

- таңдалған орынның аурасы жайлы болу керек, қандай да бір үрей туғызатын, не болмаса серіктестердің біреуінің өміріне қауіпсіз жерді таңдауға болмайды;
- келіссөз жүргізуге қолайлы құрал – жабдықпен қамтамасыз етілген жер болуы тиіс;
- жарық, жайлы, әрі кең болғаны жөн;
- бөтен адам, не шулы музыка секілді кедергі жасайтын факторлар болмауы тиіс;
- серіктестердің отыру тәртібінің өзі маңызды рөл атқарады, дөңгелек үстел басында екі жақтың адамдары кезек –кезек отырса, келіссөз оң нәтижесін береді деген сенім бар.

Қазіргі таңда келіссөз түрлері күн санап өзгеруде. Ғаламтор желісі арқылы келіссөз өткізуге де мүмкіндік ашылды.

Келіссөзді жүргізетін уақыт туралы сөз қозғағанда, оң нәтижеге жетуге септігін тигізетін факторларды да атап өтейік:

- Уақыт таңдағанда келіссөзге қатысатын барлық жақтардың қызығушылықтары ескерілуі тиіс және барлық тараптардың келісімімен таңдалуы қажет;
- Жалпы келіссөздің уақыты, оның ішінде тараптардың сөз сөйлеу уақыттары да алдын - ала ескерілуі тиіс;
- Келіссөз жүргізуді барысында үзіліс уақыты болуы тиіс[3].

Кезкелген дискурс түріне қатысушы тараптарды агент және клиент немесе бағыттаушы және бағытталушы деп бөлу керек. Біріншілері белсенді рөл атқарады, ал екіншісі пассивті рөл атқарады.

Ал іскерлік дискурста көбінесе екі тарап та «агент-агент» жүйесінде тең құқылы болады. Алайда, бір жұмыс орнының әр түрлі қызмет дәрежесіндегі қызметкерлердің арасы да «агент - агент» жүйесінде қала бермек.

Дегенмен де, іскерлік дискурса қатысушы тұлғалардың арасында белгілі арақашықтық сатысы сақталады. Мұндай жағдай сол іскерлік дискурс орын алып отырған қызмет саласына байланысты, «сатушы» - «сатып алушы», «басшы» - «бағынушы», «тұтынушы» - «тапсырыс беруші» сатыларға бөлінеді.

Іскерлік дискурс белгілі бір дәстүр бойынша өтеді. Іскерлік хат жазғанда сәлемдесу мен қоштасудың арнайы түрін сақтап, ерекше фразаларды қолданады. Іскерлік сөйлесу барысында сәлемдесу, тараптардың бір-біріне өздерін таныстыруы, күн тәртібін талқылау, келісімшартқа қол қою және тағы сол сияқты өзге де міндетті іс - әрекеттер орындалады. Бұл жерде іскерлік келіссөздің ары қарай сәтті жалғасуы үшін «қарым - қатынас форматы» сақталуы тиіс.

Іскерлік дискурстың қатысушыларының өзін - өзі ұстауына мәдениет пен тіл әсер етеді. Әр түрлі тіл өкілдері мен түрлі қоғам топтарының арасындағы адамдар әр түрлі сөйлеуі заңдылық. Бұл стилдегі ерекшеліктер ойлау қабілетінің ерекшелігін, түрлі ұлт пен қоғам топтарының өкілдерінің мәдениет ерекшеліктерін де көрсетеді.

Дегенмен де іскерлік дискурс оңтайлы нәтиже беру үшін қатысушы екі тарап өкілдерінің бойынан мәдени құзіреттілік қабілеті, яғни өз қоғамының мәдениетін білетін және сыйлай алатын, сондай-ақ қарсы тараптардың да мәдени құндылықтарын біліп, сыйлай алатын қабілеті болуы тиіс[4].

Жаһандану үрдісіне байланысты, экономиканың дамуына байланысты, отандық компаниялардың көбеюіне байланысты өзге халықтардың тілі мен мәдениетін білудің маңызы жоғарылауда. Сонымен қатар, кәсіби дәрежедегі іскерлік сөйлесу біліктілік меңгерген де айтарлықтай маңызды рөл атқарады.

Қарым-қатынас біліктілігі іскерлік дискурстағы басты түсініктердің бірі бола отырып, белгілі міндетті шарттардан тұрады. Атап айтсақ: іскерлік этикетті білу, серіктестің статустық - рөлдік мінез - құлқын білу, қарым - қатынастың экстралингвистикалық факторларын білу және әлем туралы жалпы түсінігі болу.

Қарым - қатынас біліктілігін меңгерген адамға: іскерлік дискурстың жанрларын игеру, бизнес саласының терминдерін білу, сондай-ақ іскерлік дискурстың ауызша және жазбаша түрінде де қолданылатын белгілі қолма - қол аударылған сөз тіркестерін білуге тиіс.

Сонымен қатар, іскерлік дискурсмәдениетаралық қарым - қатынас деңгейінде өткен жағдайда тараптар лингвомәдени және елтанушылық қабілеті де өзге мәдениет өкілімен тез тіл табысып, мәселені тиімді шешуге мүмкіндік алады. Және мұндай іскерлік дискурс барысында қолданылуы мүмкін болатын фразеологизмдерді білудің де маңызы зор. Дискурстың кез - келген түріне лайық болғандай, іскерлік дискурстың да дискурстық формуласы немесе клише болады. Дискурстың клише-формуласы бақа кез- келген дискурстың түрінен ажыратуға мүмкіндік береді[5].

Нәтижелер мен талқылаулар

Іскерлік қарым қатынастың жазбаша формасы ең алдымен, хаттың жазылуына байланысты. Қазіргі уақытта жеке хаттар мен іскерлік хат жазу әдісін көрсететін оқу құралдары мен анықтамалар, сұхбаттасушымен сыпайы қарым қатынас жасаудың қажетті формулалары, сонымен қатар халықаралық келіссөздерді қабылдаудың әр түрі нұсқаулары кеңінен қолданылады. Confidential- құпия, attention-мәлімдеу, subject- жанама, enclosure- қосымша және т.б. Сонымен қатар, халықаралық қатынастардағы тілдік (қатынасхаттар) мөрлер мен қолма - қол аудармалар және де фразеологиялық айналымда басқа тілге сөздік аударма барысында іскерлік байланыстардың шын мәнінде зерттеудің абсурдтылығына әкеледі. Біз жүргізген зерттеу жұмыстарымыз қазіргі кездегі бизнесмендердің идеоматикалық ырғақты қалыптастыру әдісін оң және тиімді әдіс деп атап көрсетеді. Іскерлік әріптестер арасында идеоматикалық ырғақ тілдік штампқа ауысады, айтылуы өте ыңғайлы және өз тілінде қарым қатынас жасау болып табылады. Сонымен қатар қазіргі кезеңдегі тілдік стиль еркін және достық сипаттағы ойларды қалыптастырады, неологизм, идеологизм, сөз орамдары және т.б. қатынас еркіндігін білдіреді. Бірақ бұл сөздер мен сөз

тіркестері мәдени байланыстар ара ірі мәселелерді тудырады. Осы себептен де хат жазу мен шет елдік серіктестер арасындағы қалыптасқан тілдік формалық мәселелерден алшақтатуға үндейді. Мысалы:

I) I believethisassignmentwillseparatedthemenfromtheboys.

Біздің ойымызша, бұл кімнің кім екенін анықтауға көмек көрсетеді. (Сөзбе сөз: жас жігіттен жасы үлкен кісіні ажырату).

Егер ағылшынша ырғақты қолдануды білмесе, кімнің кім екенін аңғару қиынға соғады.

II) I hope that the comments in my last letter didn't offend you. I apparently had a bad case of foot-in mouth disease that day. (там же)

Менің соңғы хатымдағы ескертулер сізді ренжітпеді деген ойдамын. Көріп отырғаныңыздай, сол күні менің денсаулығым сыр берді. (сөзбе сөз:)

Бұл сұмдық жағдайды елестету мүмкін емес, тіпті бастан кешу де, бұлайша қатты сырқаттану сұмдық, Құдай басқа салмасын.

Мына келесі мысал: фразеологиялық айналымда «hammerout» деп қолданылады. Бұл тіркесті қазақ тіліне аударар болсақ, «жүру» немесе «жинақтау» дегенді білдіреді. Ал мына (контекст) тақырыптағы мағынасы (дайындау, ұйымдастыру)

III) We'dliketo a hammeroutan agreementbyJuly.

Біз бірінші шілдеге келісімді дайындаймыз.

Тілдік штампты қолдану өте ыңғайлы, бірақ іскерлік хат жазуда бұл әдісті қолданбаған жөн, бірақ іскерлік қарым қатынастың ауыз екі түрде қолдануға болады. сондықтан да іскерлік серіктестермен жеке сұхбат жүргізуде түсініксіз жайттарды анықтау оңайға түседі. (өте қарапайым эквиваленттермен түсіндіріледі)

Кейбір оқу құралдарында іскерлік байланыстардың жағымсыз көріністерін де сипаттап көрсетеді. Мысалы: Мари А. Де Вриз алғашында ағылшын тілді оқырмандарға арналып жазылды, кейіннен орыс тіліне аударылды. Бұл оқу құралында ағылшынша белгілеулерге жеткілікті түсіндірмемен беріледі, сонымен қатар автор (нақты және түсініктірек) ағылшынша сөздер мен сөз тіркестерін түсініктірек және нақты (ұғымда) сөздермен көрсетеді. Сонымен қатар іскер адамның байланыстары мен прагматикалық компетенциялары белгілі бір дискурсивтік формулаларын игеруіне байланысты. Ең алдымен тілдік жанрда- тегі, тілдік әр түрлілік, жағдай мен мақсатты пайдалана отырып, белгіленген шарттарды анықтау. Белгілі болғандай, айтылған жағдайдың қалыптасуы осы жарияланымдар өмірде қайталанып, белгілі бір қалыптасқан тұрақтылыққа итермелейді. Жарияланымдардың қатары өз кезегінде мәтіннен, мәтіндер тобынан, қалыптасқан тұрақты жарияланымдар қатарынан тұрады және тексттің жанры коммуникативтік мақсатты анықтаушы дәрежеге жетіп, қолданысқа енеді. Қарастырылып отырғандай тілдік коммуникативтік жағдайдың қалыптасу үрдісі бұл тек мазмұнын ғана анықтап қоймай, тексттің мағынасын қалыптастыруда, композициялық түзілуін де таңдай алады. [6]

Біз жүргізіп отырған дискурстық зерттеулер , соның ішінде іскерлік қарым қатынастағы спецификалық шеңбердің көрінісін зерттеу маңызды саналады. Қазіргі кездегі лингвистика ғылымын зерттеу барысында бұл сұрақтар толықтай шешімін тапқан деуге болады. Мысалға: жазбаша іскерлік тіл формасын қарастыру. Зерттеліп қойылған іскерлік хат жанрын талдау өте көп кездеседі.

Бұл сала бойынша мынадай жұмыстарды атап көрсетуге болады.Берілген тілдік жанр классификациясының негізін автор, композицияның күрделілігі мен қарапайымдылығымен байланыстырады. Байланыс жанрын ерекшеліктеріне байланысты мынадай топтарға бөліп қарастырады: олар ауызша және жазбаша түрде болып, өз кезегінде монологтық және диалогтық болып бөлінеді.

З.И. Гурьеваның бөліп қарастыруынша қарапайым бизнес мәтіндер «көлемі бойынша шектеулі, құрылымы бойынша аяқталған және мазмұны біркелкі болып табылады. Мысалға қызметтік хат, этикеттік мәтіндегі хаттар (таным хаттары, кешірімдік хаттар) және т.б.»

Күрделі бизнес мәтінді автор «көлемі жағынан үлкен, құрылымы жағынан күрделі,

мазмұны жағынан әр келкі». Іскерлік тілде осындай күрделі мәтіндер келіссөздер мен презентацияларда қолданылады.

Іскерлік мәтінді автор былайша бөліп қарастырады: күрделілік деңгейден композициялық құрылым еркіндігінің айырмашылығы. Бұл жердегі бизнес мәтін үш топқа бөлінеді:

I. Қатаң құрылымды мәтін.

Бұл мәтінде жоспары белгілену керек және негізгі бөлімінің болуы да міндетті болып табылады. Осындай типтегі мәтіндерді былайша ажыратуға болады: келісім шарттар, бұйрықтар, хаттама, күнтізбе, сауалнама, түйіндеме, арыз шағым, сенім хат.

II. Еркін құрылымды мәтіндер.

Ал, бұл топтарға: іскерлік қарым қатынастағы хаттар, факс, электрондық хаттар, жеделхаттар, мінездеме, жариялымдар, бизнес жоспарлар, сипаттама, тест, ескертпе хаттар. Бұл мәтіндердің ерекшеліктері осында, олар композициялық құрылымдар айрықша сызбалы қатардан ерекшелене алады және сонымен қатар біріңғай нақты тілдік таңдайға да ие бола алады.

III. Еркін құрылымды мәтіндер.

Сараптауды қажет ететін бизнес мәтіндер шығармашылық элементтің бастамасы болып табылады. Мысал ретінде: баяндамалар, есептер, ауызша баяндамалар, сұхбаттар, әңгімелесулер жатады. Мұндай типтегі мәтіндер композициялық құрылымдық жоспардан еркін болады[7].

Қорытынды

Дискурстық типтегі зерттеулер жанрын былайша қорытындылауға болады: іскерлік қарым қатынас мәтінінің тілдік жанры, ауызша, сонымен қатар жазбаша түрдегі іскерлік қатынас шеңберіндегі қатынастардың байланыстық жанрының әркелкілігі мен түрленуі.

Бұл бөлімде негізгі сипат жеке бағытты, бұл дегеніміз дискурстың персоналды түрі болса, ал, статустық бағыт институционалдылыққа ие болады. Персоналды дискурс екі түрде қарастырылады: тұрмыстық және тұрмыстық қатынас болып табылады.

Іскерлік дискурсты талдау барысында, дискурстың статусты түрін, мақсатты түрде мынадай жүйеленген белгілілері бар: типтік қатысушылар, хронотоп, мақсаттары, бағалығы (сонымен қатар кілттік концептілер) стратегиясы, материалдар және жанр мен әртиптілік, стиль, прецеденттілік мәтін мен дискурстық формула.

Іскерлік қатынастардың басты мақсаты индивидке қол жеткізуді жүзеге асыру мен, белгілі бір әлеуметтік институтқа тиесілі болған индивидтер тобын аспектісіне байланысты жағдайды бір жағына қарата анықтау, осы қатынасқа түсушілердің арасындағы байланыстардың сапалығын арттыру. Бұл жерде тілге тиек ете отырып айтылатын жайт, мәдени, іскерлік дискурсқа қатысушылардың коммуникативтік және прагматикалық компетенциялары бизнес шеңберінде тұрақтылықты сақтау қажет деп есептеледі[8].

Әдебиеттер тізімі:

- 1 Арнольд И.В. Основы исследований в лингвистике: Учеб. пособие. М.: Высш. школа, 1991. 140с.
- 2 Горелов И.Н. Невербальные компоненты коммуникации. М.: Наука, 1980. 104 с.
- 3 Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональный и структурный аспекты: Сборн. Обзоров. М., 2000.
- 4 Дейк Т.А. ван. Эпизодические модели в обработке дискурса // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1998. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. С. 68-110.
- 5 Бахтин М.М. проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. С. 250-296
- 6 Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык (К проблеме языковой «картины мира») // Вопр. Языкознания. 1987. №3. С. 3-19.

7 Гурьева З.И. Деловой дискурс и культура// Язык и межкультурная коммуникация. Междунар. лингвист. Ж-л. Майкоп: АГУ. 2003₂, № 1. С. 77-78.

8 Маслова В.А. Лингвокультурология. М.: Академия, 2001. 208с.

Аннотация: В этой статье рассказывается о понятии общего дискурса и его деятельности в английском языке. Что касается дискурса на научном языке, то он является особой формой общественности и представляет собой вид науки, вычисляющей экстра-лингвистические критерии текста. Позиция этой нашей рассматриваемой работы заключается в экспертизе дискурса. Все дискурсы-рассматривают прагматическую позицию понятия, исследуют психо-лингвистическую, социо-лингвистическую, языковую культуру, а также лингвистические особенности, структурный лингвистический подход и лингвистический анализ. Главной целью деловых отношений является осуществление достижения индивидуальности и выявление группы индивидов, принадлежащих к определенному социальному институту, в зависимости от их аспекта, повышение качества связей между индивидами, вступающими в эти отношения. Здесь необходимо отметить, что коммуникативные и прагматические компетенции участников культурного, делового дискурса должны сохранять стабильность в рамках бизнеса.

Ключевые слова: дискурс, устный дискурс, письменный дискурс, деловой дискурс, лингвистика, стиль речи, общение.

Abstract: This article describes the concept of general discourse and its English-language activities. As for discourse in a scientific language, it is a special form of social science and is a kind of science that calculates the extra linguistic criteria of the text. The position of this work under consideration is the examination of discourse. All discourses-consider the pragmatic position of the concept, explore psycho-linguistic, socio-linguistic, linguistic culture, as well as linguistic features, structural linguistic approach and linguistic analysis. The main purpose of business relations is to achieve individuality and identify a group of individuals belonging to a certain social institution, depending on their aspect, improving the quality of connections between individuals entering in to these relationships. It should be noted here that the communicative and pragmatic competencies of participants in cultural and business discourse should maintain ability within the frame work of business.

Keywords: discourse, oral discourse, written discourse, business discourse, linguistics, speechstyle, communication.