

## АННОТАЦИЯ

**Диссертациялық зерттеудің өзектілігі** лингвистика тұрғысынан интернет сияқты маңызды саланы талдау және түсіну қажеттілігіне байланысты. Мәтіндердің табиғаты бойынша екі түрлі аудиторияға әсерін зерттеу өте маңызды: веб-сайттарға мақала мәтіндерін құрудың антропоцентристік және роботцентристік тәсілдерінің мәселелері аясында адам-оқырманы және робот-оқырмандарын. Қазіргі уақытта интернет-ортада мазмұнды тұтыну әдеттері оқу белсенділігінің төмендеуіне қарай тез өзгеруде, алайда ұзақ мәтіндер әлі де өзекті болып қала береді. Осылайша, мәтіннің лингвистикалық аспектісі әсіресе, әр түрлі аудиторияға әсер еткенде маңызды рөл атқарады: адам мен робот-оқырман, себебі іздеу жүйелері мен лингвистикалық факторлар әр түрлі аудиторияның мәтіндерді қабылдауына әсер етеді.

Ақпараттық технологиялар мен интернет-коммуникациялардың дамуымен интернет желісінде мәтіндік мазмұнды тиімді құру мен таратудың маңыздылығы барған сайын өзектілігі өрбиде. Рерайтинг және копирайтинг қазақстандық интернет-кеңістікте белсенді қолданылатын мәтіндік контент құрудың екі негізгі тәсілі болып табылады. Бұл тәсілдердің лингвистикалық ерекшеліктерін түсіну және зерделеу интернет-коммуникациялардың тиімділігін арттырумен қатар, қазақстандық интернет-мәдениет пен ақпараттық кеңістіктің дамуына ықпал етеді. Аталмыш жұмыстың қорытындылары қазіргі уақытта интернеттегі копирайтинг және рерайтинг мәселелеріне қатысты қағидалар мен тәсілдерді іске асыру дәрежесін бағалауға мүмкіндік береді.

**Диссертациялық зерттеудің мақсаты:** орындалған зерттеудің мақсаты Қазақстандық интернет-кеңістіктегі рерайтинг пен копирайтингтің лингвистикалық ерекшеліктерін айқындау болып табылады.

Зерттеу мақсатына жету үшін келесі **міндеттерді** шешу қажет:

- *копираинг және рерайтинг* ұғымдарының анықтамаларын айқындау;
- копирайтинг пен рерайтинг түрлері мен қолдану аясын жалпылау;
- қазақстандық интернет-кеңістіктегі рерайтинг пен копирайтингтің лингвистикалық ерекшеліктеріне талдау жасау;
- қазақстандық интернет-кеңістіктегі мәтіндердің коммуникативтік тиімділігіне копирайтинг пен рерайтингтің әсерін белгілеу;
- қазақстандық интернет-кеңістікте мақалалар мәтіндерін құру процесі ретінде рерайтинг мен копирайтинг арасындағы ұқсастықтар мен айырмашылықтарды анықтау.

**Диссертациялық зерттеу объектісі:** қазақстандық интернеттегі копирайтинг пен рерайтингтің лингвистикалық ерекшеліктері.

**Диссертациялық зерттеу пәні:** корпоративтік және тематикалық веб-сайттар үшін мәтіндік мазмұнды құру процестері ретінде копирайтинг пен қайта жазудың тілдік және контекстік аспектілері.

**Диссертациялық зерттеудің ғылыми жаңалығы мынада:**

– копирайтинг пен рерайтинг мәтіндердің коммуникативті тиімділігіне әсері алғаш рет зерттелінді;

– интернеттегі ұзын мәтіндердің проблематикасы алғаш рет зерттелінді;

– интернеттегі ұзын мәтіндердің семантикалық-доминативті проблематика құбылысы алғаш рет анықталып, сипатталынды;

– алғаш рет семантикалық баспалдақ тұжырымдамасына негізделген мәтіндерді семантикалық-доминативті оңтайландырудың жаңа әдісі жасалды.

Жұмыс келесі **ғылыми гипотезаға** негізделген: корпоративті немесе тематикалық сайт үшін мақала мәтінінің сапасы мәтіннің семантикалық тиімділігіне тікелей байланысты, ол семантикалық доминативтілікпен, яғни мәтіндегі семантикалық бөліктердің иерархиясымен көрінеді.

**Зерттеудің теориялық және практикалық маңыздылығы** интернетте мәтіндік контент құру процестерін теориялық түсінуге үлес қосады және қазақстандық интернет кеңістігінде интернет-коммуникациялардың тиімділігін арттыру бойынша ұсынымдар әзірлеуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар, интернеттегі мәтіннің мағынасын тез талдауға және ұсынылған әдістеме бойынша оның семантикалық-доминативті индексін анықтауға мүмкіндік беретін ІТ-өнім жасалды, оның тұжырымдамасы осы жұмыста сипатталған. Қазіргі медиа шындықта интернет қолданушылары көптеген ақпараттың мағынасын түсіну қажеттілігін сезінеді, мысалы, сараптамалық мақалалар, нұсқаулар және т.б. Пайдаланушы көбінесе негізгі және көмекші мағынаны, сондай-ақ жалпы логикалық тұжырымды түсінуі керек. Зерттеу барысында әзірленген Semantic Scan сайтының жобасы (болашақта мобильді қосымшаны әзірлеу болжанады) бұл қажеттілікті тез қанағаттандыруға мүмкіндік береді, бұл, әрине, тұтынушылар үшін практикалық құндылыққа ие. Зерттеудің теориялық маңыздылығы корпоративтік сайттар саласындағы заманауи интернет-коммуникациялар мәселелерін, мәтіндік мазмұнның сапасы, оның лингвистикалық ерекшеліктері мен іздеу жүйелері мен интернет пайдаланушылары тұрғысынан тиімділігі мәселелерін шешуден тұрады. Копирайтинг және рерайтинг аясында жасалған мәтіндерді зерттеу веб-жобалар үшін, сондай-ақ әртүрлі тәсілдердің мәтіндердің сапасы мен мазмұнына әсерін түсіну үшін практикалық маңызы бар. Бұл контентті аудиторияның қажеттіліктеріне жақсырақ бейімдеуге және оқырмандармен тиімді қарым-қатынасты қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Зерттеудің практикалық құндылығы зерттеу нәтижелерін студенттерге ХХІ ғасырдың сұранысқа ие мамандықтары ретінде копирайтинг және рерайтинг негіздерін оқытуда қолдануға болатындығымен анықталады. Жүргізілген зерттеудің материалдары мен нәтижелері қазіргі интернет-ортадағы мәтін лингвистикасы мәселелерімен айналысатын мамандарды қызықтыруы мүмкін.

**Зерттеу перспективалары.** Жүргізілген зерттеу нәтижелері қазақстандық интернет-кеңістікте когнитивті-коммуникативтік тиімді контент құру бойынша ұсынымдарды әзірлеу үшін негіз бола алады. Рерайтинг пен копирайтингтің лингвистикалық ерекшеліктерін түсінуді жақсарту аймақтағы

интернет-коммуникациялардың сапасы мен тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді деп болжануда.

Копирайтинг пен рерайтинг лингвистикалық ерекшеліктеріне, біздің ойымызша, зерттеу материалдары келесілерді қамтиды: 1) латенттік-семантикалық индекстеу (LSI) – іздеу жүйелерінің мәтіндерді бағалау және саралау технологияларының негізі; 2) мазмұн түрлерінің жанрлық, стилистикалық және прагматикалық ерекшеліктері – копирайтинг және рерайтинг өнімі, 3) мәтіннің коммуникативтілігі – тиімді мәтіннің маңызды белгісі және тиісінше мәтіннің когнитивтік-коммуникативтік тиімділігі – қазіргі интернет-кеңістіктегі мәтін сапасының көрсеткіші, 4) SEO көрсеткіштері-мәтіндердің тиімділігі және олардың коммуникативтілікпен байланысы.

Нақты материалдар [www.sluh.kz](http://www.sluh.kz), [www.budokan.kz](http://www.budokan.kz), [www.kmg.kz](http://www.kmg.kz) (ҚазМұнайГаз) қазақстандық корпоративтік және тематикалық сайттар мақалаларының мәтіндері негіз болды, осы ресурстарындағы мақалаларды үнемі жаңартып отыру себебінен, бұл оларды осы зерттеу шеңберінде қызықты етеді. Сонымен қатар, бұл сайттар әртүрлі салаларды ұсынады, зерттеу тұрғысынан да маңызды болып көрінеді. Мәтіндер корпусының жалпы көлемі 203 бірлікті құрады. Диссертациялық зерттеу тақырыбының ерекшелігі веб-сайтты осы интернет-жоба сенімді болатындай етіп таңдауды және қандай мәтіндер копирайтинг тәртібімен жазылғанын және қайсысы рерайтинг тәртібімен жазылғанын түсінуді талап етеді, өйткені мәтіндерді құрудың осы екі тәсілінің арасында зерттеуге сыни әсер етуі мүмкін айтарлықтай айырмашылық бар. Зерттеуге осы веб-ресурстардың мәтіндері тартылды және мақалалардың мәтіндерін жасау үшін олардың өкілдерімен әңгімелер жүргізілді. Нәтижесінде мақалаларды жазу процесі туралы түсінік алынды, оның барысында белгілі бір дәрежеде аралас тәсілдер қолданылды, атап айтқанда копирайтинг нөлден мәтіндер жасау және рерайтинг дайын мәтіндерді қайта жазу ретінде. Бұл осы зерттеудің дұрыстығын қамтамасыз етеді. Сонымен қатар, копирайтинг және рерайтинг саласындағы қолда бар көпжылдық тәжірибе мәтіндерді копирайтинг/ рерайтинг өнімі ретінде және тікелей копирайтинг және рерайтинг мәтіндерді құру процесі ретінде жан-жақты және терең бағалауға мүмкіндік беретінін атап өткен жөн.

Жүргізілген талдау нәтижелерінің **шынайлығы** таңдалған тақырып бойынша зерделенген материалдың өкілдік санымен, жиналған және зерттелген практикалық материалдың көлемімен (қазақстандық корпоративтік-тақырыптық сайттарда орналастырылған мақалалардың 203 мәтіні), талдаудың барабар әдістерін таңдаумен, сондай-ақ зерттеудің теориялық базасымен қамтамасыз етіледі.

**Зерттеудің әдіснамалық және әдістемелік** негізі отандық және шетелдік лингвистердің медиа – дискурс теориясы мен дискурстық талдау, когнитивтік лингвистика, копирайтинг, интернет-коммуникация саласындағы еңбектері болды. Жұмыста келесі зерттеу әдістері қолданылады: мәтінді лингвистикалық талдау және жұмыста ұсынылған семантикалық баспалдақ әдісі.

Зерттеу әдістері осы зерттеудің мақсаттары мен міндеттеріне байланысты. Негізгі әдіс-когнитивті дискурс-талдау және семантикалық баспалдақтың авторлық әдісі. Д.В. Шапочкин дискурсты когнитивті талдау саласында зерттеулер жүргізді, бұл біздің зерттеуіміздің негізі болды. Дискурстық талдау саласында танымал Теун А. ван Дайк өзінің зерттеулерінде когнитивті тәсілдерді де қолданады. Сонымен қатар, Л.А. Кауфова мен А.В. Кашеева өз зерттеулерінде когнитивті-дискурсивті аспектілермен жұмыс істеді. Қазақстандық ғалымдардың ішінде Л.В. Екшембеева, Ж.А. Ихсанғалиева, М. Ш. Мұсатаева, Ж.А. Нұршайихова сияқты авторларды атап өткен жөн.

Осы әдістерден басқа эксперименттік, салыстырмалы, байқау және сипаттау әдістері қолданылды. Эксперименттік әдіс гипотезаларды тексеруге және әртүрлі факторлардың дискурсқа қалай әсер ететінін зерттеуге мүмкіндік берді. Салыстырмалы әдіс-әртүрлі дискурстарды немесе тілдік құрылымдарды салыстыру, бұл жалпы заңдылықтар мен ерекшеліктерді анықтауға мүмкіндік берді. Бақылау әдісі зерттеушінің араласуынсыз олардың табиғи ортасындағы дискурстарды талдауға мүмкіндік берді. Сипаттамалық әдіс байқалған дискурсивті құбылыстарды жүйелеуге және жіктеуге мүмкіндік берді.

**Тақырыптың зерттелгендік дәрежесі.** Қазақстандық интернет-кеңістіктегі копирайтинг пен рерайтингтің лингвистикалық ерекшеліктері мәселесі ішінара копирайтинг және интернет-маркетинг жөніндегі жекелеген жұмыстарда зерттелді. Алайда, қазақстандық интернет-мәдениет пен тілдік ерекшеліктер контекстінде контент құрудың осы тәсілдерін терең, жан-жақты талдау және салыстыру одан әрі зерттеуді қажет етеді. Бұл диссертация зерттелініп отырған саладағы бар білімді жүйелеуге және кеңейтуге бағытталған. Қойылған міндеттерді шешу үшін А.О. Алтынбаева, Л.В. Екшембеева, Ж.А. Ихсанғалиева, М.Ш. Мусатаева, Ж.А. Нуршаихова, Л.С. Цветкова, Тён Адрианус ван Дейк, А.Е. Гүлшина, Л.В. Ширинкина, И.Н. Горелов, К. Ф. Седов, И.С. Оганесова, М.А. Залетова, А.П. Иванов, Е.В. Краснова, В.И.Смирнов, О.Н. Петрова, С.Д. Григорьев, Н.В. Орлова, Л. О. Бутакова, Maria Garcia, Richard Walker, Michael Johnson, Andrew Thompson және басқалар сияқты отандық және шетелдік авторлардың жұмыстары талданды.

#### **Қорғауға шығарылатын негізгі ережелер:**

– мәтіннің семантикалық үстемдігі мен семантикалық бөліктерінің иерархиясы интернеттегі мақала мәтіндерінің коммуникативті тиімділігінің негізгі факторы болып табылады;

– мәтіннің басым мағынасы оның басында болуы керек, содан кейін мәтіннің соңына қарай аз мағыналы семантикалық бөліктер орналасуы қажет;

– семантикалық баспалдақ әдісі мәтіндегі мағыналық доминативтілік пен мағыналық иерархияға негізделген, мәтіннің когеренттілігі тұрғысынан коммуникативтілігін арттырады, бұл мәтінді оқырман үшін түсінікті және қызықты етеді, сонымен қатар іздеу жүйелері үшін құнды болып табылады.

**Жұмысты апробациялау.** Диссертациялық зерттеу әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық Университетінің ғылыми-зерттеу жұмысының жоспарымен белгіленген мәселелер аясында орындалды. Зерттеу нәтижелері лингвистикалық семинарларда, түркология және тіл теориясы кафедрасының отырыстарында талқыланып, отандық және шетелдік басылымдарда автордың жарияланымдары түрінде көрініс тапты. Диссертацияның негізгі ережелері, нәтижелері мен қорытындылары тексерілді:

– Linguistic Features of Copywriting and Rewriting in the Field of Text Content for Corporate Websites: Semantic Aspect. Journal of Psycholinguistic – 2024. – 53(1), <https://link.springer.com/article/10.1007/s10936-024-10051-2>

– ИИ-копирайтинг и ИИ-рерайтинг для создания текстового контента корпоративных вебсайтов: лингвистический аспект и новые вызовы. Вестник ЕНУ, филологическая серия. – 2024. – № 3 148 – С. 117-126 <https://bulphil.enu.kz/index.php/main/article/view/858/556>

– Язык в координатах медиа: современные реалии, тренды и роль мультимедийного контента. Медиалингвистика. Язык в координатах массмедиа. – Санкт-Петербург. – 2024. – №11. – С. 61-65. <https://medialing.ru/vypusk-2024-11/>

– Лингвистические особенности копирайтинга и рерайтинга в сфере текстового контента для корпоративных сайтов: лингвопрагматический и психолингвистический аспекты. Наука и жизнь Казахстана. –2020. – №6/4 – С. 313- 320. <https://www.naukaizhizn.kz/index.php/journal/article/view/97>

– Типология текстового контента для корпоративных сайтов и их жанровые особенности. Наука и жизнь Казахстана. –2020. – №6/4 – С. 320-326.  
– Лингвистические особенности копирайтинга мультимедийных лонгридов. I-SCIENCE. Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020. – №4 (60) – С. 56-63.

– Лингвистические особенности копирайтинга и рерайтинга как части маркетингового дискурса в современном интернет-пространстве. SCIENCE. Актуальные научные исследования в современном мире. – 2020 – №5(61). – С. 232-237.

– Понятия копирайтинга и его особенности//Материалы Международной научно-теоретической конференции XXI Ахановские чтения «Язык, межкультурная коммуникация». – 2018. – С. 47-48.

– Понятие копирайтинга и рерайтинга и их лингвистические особенности в современном интернет-пространстве. Наука и жизнь Казахстана. – 2018. – №60, – С. 168-172.

**Диссертациялық жұмыс** кіріспеден, үш бөлімнен, қорытындылардан, пайдаланылған дерек-көздер тізімінен тұрады.