

Торайғыров университетінің  
ҒЫЛЫМИ ЖУРНАЛЫ

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
Торайғыров университета

---

**ТОРАЙҒЫРОВ  
УНИВЕРСИТЕТІНІҢ  
ХАБАРШЫСЫ**

**Филологиялық серия**  
1997 жылдан бастап шығады



**ВЕСТНИК  
ТОРАЙҒЫРОВ  
УНИВЕРСИТЕТА**

**Филологическая серия**  
Издается с 1997 года

ISSN 2710-3528

**№ 1 (2026)**

**Павлодар**

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ  
ТОРАЙГЫРОВ УНИВЕРСИТЕТА**

**Филологическая серия**

выходит 4 раза в год

---

**СВИДЕТЕЛЬСТВО**

О постановке на переучет периодического печатного издания,  
информационного агентства и сетевого издания

№ KZ30VPY00029268

выдано

Министерством информации и общественного развития  
Республики Казахстан

**Тематическая направленность**

публикация материалов в области филологии

**Подписной индекс – 76132**

<https://doi.org/10.48081/BGQF1735>

---

**Бас редакторы – главный редактор**

Жусупов Н. К.

*д.ф.н., профессор*

Заместитель главного редактора

Анесова А. Ж., *доктор PhD*

Ответственный секретарь

Уайханова М. А., *доктор PhD*

**Редакция алқасы – Редакционная коллегия**

Дементьев В. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Еспенбетов А. С., *д.ф.н., профессор*

Трушев А. К., *д.ф.н., профессор*

Маслова В. А., *д.ф.н., профессор (Белоруссия)*

Пименова М. В., *д.ф.н., профессор (Российская Федерация)*

Баратова М. Н., *д.ф.н., профессор*

Аймухамбет Ж. А., *д.ф.н., профессор*

Шапауов Ә. Қ., *к.ф.н., профессор*

Шокубаева З. Ж., *технический редактор*

---

За достоверность материалов и рекламы ответственность несут авторы и рекламодатели

Редакция оставляет за собой право на отклонение материалов

При использовании материалов журнала ссылка на «Вестник Торайгыров университета» обязательна

<https://doi.org/10.48081/BGQF1755>

**Б. М. Кадырова<sup>1</sup>, \*Б. Б. Жумабекова<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Торайғыров университеті,

Қазақстан Республикасы, Павлодар қ.

<sup>1</sup>ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5952-8219>

<sup>2</sup>ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6869-893X>

\*e-mail: [bayashka80@mail.ru](mailto:bayashka80@mail.ru)

## **БИЗНЕС ДИСКУРСТАҒЫ ПАРАЛИНГВИСТИКАЛЫҚ МАРКЕРЛЕРДІҢ ФУНКЦИОНАЛДЫҚ ЖІКТЕЛУІ МЕН ҚЫЗМЕТІ**

*Мақалада паралингвистикалық маркерлер ұғымы қазіргі лингвистикадағы дискурстық бағыт аясында кешенді түрде қарастырылады. Мақаланың кіріспе бөлімінде паралингвистика саласы бойынша шетелдік және отандық зерттеушілердің еңбектеріне шолу жасалып, паралингвистикалық құбылыстарды сипаттаудағы негізгі ғылыми тұжырымдар мен бағыттар сарапталады. Зерттеудің негізгі нысаны – бейвербалды коммуникация құрамындағы интонация, дауыс ырғағы, сөйлеу темпі, кідіріс, мимика, жест сияқты паралингвистикалық құралдардың қызметі. Аталған маркерлердің институционалдық дискурстың бір түрі ретіндегі бизнес дискурс контексінде мағына түзуші және коммуникативтік қызметтері жан-жақты талданады. Зерттеу барысында паралингвистикалық маркерлер функционалдық тұрғыдан жіктеліп, олардың экспрессивтік, прагматикалық, регулятивтік, стратегиялық және мәдени қызметтері сипатталады. Нақты іскерлік коммуникация материалдары негізінде бұл маркерлердің қатысым тиімділігін арттыру, коммуникациялық стратегияны қалыптастыру, аудиторияға ықпал ету және мәдени сәйкестікті қамтамасыз етудегі рөлі айқындалады. Сонымен қатар мақалада паралингвистикалық маркерлердің ұлттық-мәдени ерекшеліктерге сәйкес түрленуі мен әртүрлі тілдік және кәсіби ортада қолданылу ерекшеліктері ғылыми дәлелдермен негізделеді. Зерттеу нәтижелері паралингвистикалық маркерлерді бизнес дискурста тиімді қолдану жолдарын көрсетіп, коммуникациялық мәдениетті жетілдіруге*

*және кәсіби сөйлеу шеберлігін дамытуға бағытталған практикалық ұсынымдар жасауға негіз бола алады.*

*Кілтті сөздер: паралингвистикалық маркерлер, бейвербалды коммуникация, бизнес дискурс, коммуникативтік функция, прагматика.*

## **Кіріспе**

Қазіргі антропоэзеттік парадигмада тіл тек ақпарат жеткізуші құрал ретінде қарастырылмайды, ол күрделі коммуникативтік-мәдени құбылыс ретінде зерттеледі. Бұл тұрғыдан тілдік коммуникацияда вербалды компонентпен қатар бейвербалды құралдардың, атап айтқанда паралингвистикалық маркерлердің рөлі ерекше мәнге ие болады. Адамдар арасындағы қарым-қатынастың елеулі бөлігі сөзден тыс құралдар арқылы жүзеге асатыны белгілі. Зерттеушілер бұл мәселеге ертеден назар аударған. John Bulwer, A. Mehrabian зерттеулері бұл бағыттағы алғашқы еңбектердің қатарында. Ағылшын дәрігері әрі философ John Bulwer бейвербалды коммуникация туралы алғаш зерттеу жазғандардың бірі болып табылады. Ол «Хиросология немесе қолдың табиғи тілі» және «Хиросомия немесе қол риторикасының өнері» еңбектерінде қол мен саусақ қимылдарын семиотикалық жүйе ретінде қарастырып, оларды шешендік дискурста қолданудың қағидаларын ұсынған [1]. Бұл еңбектер дене тілін ғылыми тұрғыдан зерттеудің бастауы ретінде бағаланады. Ал A. Mehrabian эмоция мен көзқарастардың жанама коммуникациясын жетпісінші жылдары зерттеп, қарым-қатынастағы сөзден тыс (бейвербалды) құралдардың рөліне назар аударады. Атап айтқанда, эмоциялар мен көзқарастар адамдар арасындағы қатынасқа қалай әсер етеді, оларды тікелей сөзбен емес, дауыс ырғағы, интонация, мимика, дене қимылдары арқылы қалай жеткізетінін зерттейді. A. Mehrabian зерттеуінің нәтижесі бойынша, эмоционалды хабардың тек 7%-ы сөздер арқылы, 38 %-ы дауыс элементтері арқылы және 55 %-ы бет-әлпет, мимика сияқты бейвербалды элементтер арқылы берілетіні анықталады [2]. Қазіргі көпсалалы зерттеулер мен теорияларға сүйене отырып жазылған «Бейвербалды коммуникация» атты еңбекте бейвербалды қатынастың ерекшеліктері мен функцияларын түсіндіреді және практикалық кеңестер ұсынады [3]. Коммуникацияның бұл қабаты көбіне вербалды ақпараттан да әсерлі болып, адресатқа жеткізілетін мағынаның толық ашылуына ықпал етеді. Осы бағыттағы іргелі еңбектердің бірі Г. Е. Крейдлиннің «Бейвербалды семиотика. Дене тілі және табиғи тіл» атты монографиясы. Зерттеуде коммуникациялық акт аясындағы адамның бейвербалды мінез-құлқы негізгі талдау нысаны ретінде қарастырылады [4]. Ғалымның кейінгі еңбектерінде бейвербалды коммуникация гендерлік аспектіде қарастырылады. Онда ер мен

әйелге тән бейвербалды стереотиптер, іскерлік қарым-қатынастағы гендерлік ерекшеліктер, сондай-ақ агрессияны білдіретін бейвербалды әрекеттер талданады. Бұдан бөлек, бейнелеу өнеріндегі бейвербалды семиотика элементінің семиотикалық бейнесін құраушы маңызды фактор ретінде түсіндіріледі [5].

Экспрессивті бейвербалды қарым-қатынасты психологиялық тұрғыдан зерделеген зерттеушілердің қатарында В. А. Лабунскаяның еңбектері ерекше орын алады [6]. Ғалым адамның экспрессиясын динамикалық құбылыс ретінде сипаттап, бейвербалды қатынасты шығармашылық процесс деңгейінде талдауды ұсынады. Зерттеулерде қарым-қатынастағы кинесикалық және проксемикалық заңдылықтар қарастырылады. Зерттеулерге шолу жасай келе, дене тілін ғылыми тұрғыдан қарастыру шетелдік зерттеулерден бастау алатынын аңғаруға болады. Жалпы ғылымға кинесика терминін енгізіп, адамның бет-әлпеті, дене қалпы, жүріс-тұрысы, қол мен дене қимылдары арқылы жүзеге асатын қарым-қатынасты жүйелі түрде сипаттаған американдық антрополог Ray Birdwhistell зерттеулері де ерекше маңызға ие. Ray Birdwhistell ым-ишара жүйесінің әмбебап құбылыс емес, белгілі бір мәдени ортаға, тұрмыс-салт пен әлеуметтік тәжірибеге тәуелді қалыптасатынын атап көрсетеді [7]. Бұл пікір бейвербалды амалдардың ұлттық-мәдени шарттылығын айқындауға негіз болады.

Паралингвистика мәселелері қазақ тіл біліміндегі біраз еңбектерге арқау болған. Ол туралы алғашқы пікірді А.Байтұрсынұлының «Әдебиет танытқышынан» көреміз. Ғалым айтыс өнері туралы пікірлерінде, әсіресе айтыс барысында ақындардың дене ишараттарына назар аударып, олардың маңыздылығын атап көрсетеді. Ол айтыскерлердің бет-әлпетінің өзгерісін ақынның ішкі жан дүниесінің көрінісі ретінде қарастырып, бұл құбылыстың психологиялық ерекшеліктерін талдайды [8, 39 б.]. Ал адамның ішкі жан дүниесінің сырын дене қозғалысы мен мимика арқылы сыртқа шығаруға болатынын атап көрсеткен – М. Жұмабаев. Ол бейвербалды амалдар мен адамның психологиясы арасындағы тығыз байланысқа алғашқылардың бірі ретінде назар аударып, дене мен жанның бір-бірімен тығыз байланысты екенін, сондықтан ішкі күйдің дене қимылдарына әсер ететінін айтқан [9]. Одан беріде жазылған еңбектер қатарында Б. Момынованың [10], С. Бейсембаеваның [11], М. Ешимовтің [12] және т.б. зерттеушілердің еңбектерін айтуымызға болады.

Энциклопедиялық сөздікте паралингвистиканың үш түрі көрсетіледі: фонациялық, кинетикалық және графикалық [13]. А. Mehrabian зерттеуі бойынша, ауызша коммуникацияда ең жиі қолданылатын түрі – кинетикалық, ал екінші орында – фонациялық маркерлер. Кинетикалық түрге тек мимика ғана емес, сонымен қатар дене қалпы мен әртүрлі дене қимылдары да жатады. Жазбаша коммуникацияда графикалық паралингвистикалық маркерлер

қолданылады. Сондықтан паралингвистикалық маркерлерді жеке элемент ретінде емес, дискурстың құрамдас бөлігі ретінде қарастыру қажет деп есептейміз.

### **Материалдар мен әдістер**

Зерттеу материалы ретінде бизнес дискурсы таңдалды. Іскерлік кездесулердегі, презентациялар мен келіссөздердегі сөйлеу актілері, бейнежазбалар, сондай-ақ корпоративтік тренингтерде қолданылатын мәтіндер мен аудиовизуалды материалдар пайдаланылды. Материалдардың таңдалуы олардың паралингвистикалық маркерлердің әртүрлі функцияларын көрсетуге қабілеттілігіне негізделді.

Зерттеу әдістері бірнеше бағытта құрылды. Сипаттамалық-талдамалық әдіс арқылы дискурс материалдары паралингвистикалық белгілер тұрғысынан жүйелей сипатталды. Функционалдық талдау әдісі паралингвистикалық маркерлердің экспрессивтік, прагматикалық, регулятивтік, стратегиялық және мәдени қызметтерін ашуда қолданылды. Дискурстық талдау әдісі арқылы паралингвистикалық маркерлердің коммуникациядағы ролі, сөйлеушінің ниеті мен эмоциялық реңкін көрсету қабілеті зерттелсе, салыстырмалы талдау әдісі негізінде әртүрлі дискурс түрлеріндегі маркерлердің қолданылу ерекшеліктері салыстырылды.

### **Нәтижелер мен талқылау**

Паралингвистика сөйлеу үдерісінде вербалды тілмен қатар жүретін, бірақ тілдік жүйеге тікелей кірмейтін құралдарды зерттейтін сала екені белгілі. Паралингвистикалық маркерлер сөйлеушінің ниетін, эмоциясын, әлеуметтік мәртебесін және мәдени болмысын білдіретін маңызды көрсеткіштер болып табылады. Әсіресе ресми, саяси, тұрмыстық, институционалдық дискурстармен қатар бизнес дискурста олардың дұрыс қолданылуы коммуникация тиімділігін тікелей арттырады.

Қазіргі дискурстық лингвистика тілдік коммуникацияны вербалды және бейвербалды құралдардың бірлігі ретінде қарастырады. Осы тұрғыдан алғанда паралингвистикалық маркерлердің сөйлеу актісінің мағынасын қалыптастыруда маңызды рөл атқаратыны көрінеді. Олар вербалды мәтіннің эмоционалды-экспрессивтік реңін күшейтіп, коммуникативтік ниетті нақтылайтын және адресатқа ықпал ететін құрал ретінде қызмет етеді. Паралингвистикалық маркерлерге дауыс ырғағы, интонация, сөйлеу темпі, кідіріс, тембр, мимика және жест сияқты элементтер жатады. Мысал ретінде келесі сөйлемді талдайық:

*Бұл ұсынысты қарастырамыз.*

Айтылым кезіндегі интонациялық ерекшеліктеріне байланысты сөйлемнің қабылдануы әртүрлі болады:

– бейтарап интонацияда айтылса – ресми уәде ретінде;

– баяу, төмен дауыста айтылса – сенімсіздік немесе күмән белгісі ретінде:

– екпінмен, сенімді тембрмен айтылса – нақты шешім ретінде қабылданады.

Келесі бір мысал:

*Сіз жаңа көлікті қалайсыз ба?*

– бейтарап интонация, қалыпты темппен айтылса – жай ақпараттық сұрақ. Сөйлеуші адресаттың нақты қажеттілігін анықтауды көздейді, бірақ ешқандай эмоциялық реңк байқалмайды, коммуникативтік ниет тек ақпарат алу;

– дауыс сәл көтеріңкі, екпін «жаңа» сөзіне түссе – жарнамалық қызықтыру, ұсыныс. Екпіннің лексикалық бірлікке түсуі объектінің тартымдылығын арттырып, адресаттың қызығушылығын оятады. Бұл жерде Экспрессивтік және прагматикалық функция қосылады;

– баяу темп, төмен дауыс, паузамен *Сіз... жаңа көлікті қалайсыз ба?* десе – күмән, сенімсіздік немесе жанама тексеру. Пауза мен темп сөйлеушінің өз ұсынысына толық сенбейтінін немесе адресаттың реакциясын байқауға ұмтылысын көрсетеді;

– сенімді тембр, анық екпін, көзге тура қараса – іскерлік ұсыныс, келіссөз бастау. Кинетикалық маркерлер (көзқарас, дене қалпы) сөйлеушінің кәсібилігін көрсетіп, сөйлемді нақты коммерциялық ұсыныс деңгейіне көтереді;

– жұмсақ тембр, күлімсіреп, бас изесе – сыпайы, клиентке бағытталған ұсыныс. Мимика мен жест вербалды мазмұнды қолдап, адресатқа психологиялық жайлылық тудырады. Бұл өз кезегінде имидждік және коммуникативтік функцияны күшейтеді.

Байқағанымыздай, бір ғана *Сіз жаңа көлікті қалайсыз ба?* деген сөйлем әртүрлі паралингвистикалық маркерлердің әсерінен ақпараттық сұрақтан бастап, жарнамалық ұсынысқа немесе іскерлік келіссөз актісіне дейінгі әрқилы коммуникативтік мағынаға ие болады. Бұл паралингвистикалық құралдардың мағына түзуші және прагматикалық әлеуетін дәлелдейді.

Антропоэзектік және дискурстық парадигма шеңберінде паралингвистикалық маркерлерді функционалдық тұрғыдан жүйелеу өзекті ғылыми мәселе болып табылады. Олардың түрлі дискурстағы атқаратын қызметі мен прагматикалық салмағы әртүрлі. Осыған орай мақалада паралингвистикалық маркерлердің функционалдық жіктелуі ұсынылып, дискурстық қызметі лингвистикалық тұрғыдан сипатталады. Зерттеу нәтижелері паралингвистикалық маркерлердің коммуникация тиімділігін арттырудағы және мәдени сәйкестілікті көрсетудегі рөлін ашып көрсетеді.

Паралингвистика сөйлеу барысында қолданылатын, бірақ тілдің фонетикалық, лексикалық немесе грамматикалық жүйесіне тікелей кірмейтін құралдарды зерттейді. Оларға интонация, дауыс ырғағы, кідіріс, тембр, сөйлеу

қарқыны, жест, мимика сияқты және тағы басқа элементтер жататынын айттық. Бұл аталған паралингвистикалық маркерлер – сөйлеушінің коммуникативтік ниетін, эмоционалдық күйін, әлеуметтік мәртебесін немесе мәдени кодын танытатын белгілер. Олар вербалды мәтінмен бірлесе отырып, тұтас дискурстық мағына қалыптастырады. Дауыс жоғарылығы, тембр, интонация, сөйлеу қарқыны, пауза, күлкі, күрсіну, жест, мимика сияқты сөйлеудің мағынасын толықтыратын, нақтылайтын немесе өзгертіп жіберетін бейвербалды белгі ретіндегі паралингвистикалық маркерлер өздігінен дербес мағына бермегенімен, вербалды мәтінмен бірлікте семантикалық және прагматикалық мәнге ие болады.

Ғылыми әдебиеттерде паралингвистикалық құралдар көбіне құрылымдық немесе формалық тұрғыдан сипатталып келеді. Алайда олардың функционалдық жіктелуі әлі де жүйелеуді қажет етеді. Функцияға негізделген жіктеу паралингвистикалық маркерлердің коммуникациядағы нақты қызметін ашуға мүмкіндік береді.

Зерттеу барысында паралингвистикалық маркерлердің бірнеше негізгі функциялары айқындалды. Олар:

- экспрессивтік;
- регулятивтік;
- коммуникативтік;
- мәдени-идентификациялық;
- имидждік және әлеуметтік функция.

Паралингвистикалық маркерлердің экспрессивтік функциясы сөйлеушінің эмоциялық күйін білдіреді. Дауыс ырғағының көтерілуі, қарқынның жылдамдауы немесе кідірістер эмоцияның қарқындылығын көрсетеді. Бұл функция әсіресе көркем және тұрмыстық дискурста айқын байқалады.

Ал паралингвистикалық маркерлердің прагматикалық функциясы адресатқа әсер ету, белгілі бір әрекетке итермелеу мақсатымен байланысты. Интонациялық екіпін, көзқарас, жест сияқты маркерлер сөйлеудің иллюкутивтік күшін арттырады. Прагматикалық функция іскерлік және саяси дискурста маңызды орын алады. Бизнес дискурстағы паралингвистикалық маркерлер сенімділік, бедел, кәсіби имидж қалыптастыруда маңызды. Мысалы: бизнеске қатысты іскерлік келіссөздерде жетекші тұлғаның баяу бірақ анық, екіпінмен сөйлеуі ұсыныстың салмақтылығын арттырады. Ал сөйлеушінің жиі кідіріс жасауы, сенімсіз сөйлеуі және т.б. тембр келісімінің әлсіздігін аңғартады. Мұнда паралингвистикалық маркерлер адресатқа ықпал ету құралы ретінде көрінеді.

Паралингвистикалық маркерлер коммуникация барысын реттейді. Сөз кезегін беру, әңгіме ырғағын сақтау, диалогты аяқтау сияқты қызметтерді атқарады. Бұл паралингвистикалық маркерлердің регулятивтік қызметі. Қазақ тілінде реттегіш терминін қолдануымызға болады. Регулятивтік немесе реттегіш функция коммуникация барысын ұйымдастыруға бағытталған. Мәселен кідіріс

немесе дауыс төмендету арқылы сөйлеуші коммуникацияның аяқталғанын білдіреді. Регулятивтік функция паралингвистикалық маркерлердің диалог құрылымын басқарудағы рөлін көрсетеді.

Паралингвистикалық маркерлердің коммуникативтік функциясы сөйлеу стратегиясын іске асырумен байланысты. Паралингвистикалық маркерлер арқылы сөйлеуші өз ұстанымын жұмсартады немесе күшейтеді, дискурста айтылған жайтқа келісімін береді не қарсылық білдіреді. Коммуникациядағы дауыс маңызды рөл атқарумен қатар объективті және субъективті көзқарастарды да таныта алады. Мысалы бірқалыпты, сабырлы дауыс объективтілік әсерін тудырса, эмоцияға толы тембр субъективті көзқарасты аңғартады.

Паралингвистикалық маркерлердің мәдени-идентификациялық функциясы ұлттық-мәдени кодты, әр ұлтқа тән ерекшеліктерді танытады. Әр мәдениетте жест, мимика, сөйлеу әуезі әртүрлі қабылданады. Сондықтан бұл маркерлер мәдени кодтың маңызды көрсеткіші болып табылады. Мәселен қазақ дискурсында дауыс ырғағының жұмсақтығы, үлкенге қарата төмен тембр қолдану, артық жестен бас тарту ұлттық мәдени кодтың көрсеткіші болып табылады. Бұл маркерлер мәдени сәйкестендіру қызметін атқарады.

Имидждік және әлеуметтік функция арқылы сөйлеушінің әлеуметтік мәртебесі, кәсіби бейнесі, тұлғалық имиджі көрінеді. Бұл функция әсіресе бизнес дискурста айқын байқалады.

Зерттеу барысында паралингвистикалық маркерлердің дискурста тек қосымша құрал емес, мағынаны ұйымдастырушы тетік ретінде қызмет ететініне көз жеткіздік. Олар вербалды мәтінді толықтырып, кей жағдайда оның мағынасын өзгертуі де мүмкін. Мәселен, бірдей лексикалық құрылым әртүрлі интонациямен айтылғанда, дискурстық мәні түбегейлі өзгереді. Келесі сөйлемді талдайық:

*Біз жаңа стратегияны енгіземіз.*

– сөйлем құлаққа жайлы, тұрақты тембрмен айтылса – аудиторияны сендіреді және стратегияны қолдауға шақырады;

– қатты, үзілістермен айтылса – күмән немесе қауіп сезімін береді және қатысушыларда стратегияға қатысты қарсылық тудыруы мүмкін;

– жеңіл күлкімен немесе қолдың қимылымен үйлесіп айтылса – эмоционалды байланыс орнатып, командада ынтымақтастықты күшейтеді.

Келтірілген мысалдан байқағанымыздай, паралингвистикалық маркерлер тек қосымша құрал емес, дискурстың мағынасын ұйымдастыратын тетік болып табылады. Олар вербалды мәтіннің ақпараттық, экспрессивтік, прагматикалық мазмұнын анықтап, түсіну мен қабылдауға әсер етеді. Сонымен қатар дискурстың прагматикалық бағытын, қатысымдық стратегиясын, мәдени контекстін айқындауға мүмкіндік береді. Нақты дискурстық мысалдарды талдау арқылы паралингвистикалық маркерлердің:

- вербалды мағынаны күшейтетінін,
- кейде оны өзгертіп, жаңа интерпретация тудыратынын,
- коммуникацияның тиімділігін арттыратынын байқауға болады.

Сондықтан олар дискурстың прагматикалық, мәдени және әлеуметтік өлшемдерін біріктіретін маңызды құрал болып табылады.

### Қорытынды

Паралингвистикалық маркерлердің функционалдык жіктелуі олардың коммуникациядағы күрделі табиғатын ашуға мүмкіндік береді. Экспрессивтік, прагматикалық, регулятивтік/реттегіштік, мәдени және стратегиялық функциялар паралингвистикалық құралдардың дискурстық қызметін кешенді сипаттайды. Ұсынылған жіктеу паралингвистикалық маркерлерді әртүрлі дискурс түрлерінде зерттеуге теориялық негіз бола алады. Зерттеу нәтижелері паралингвистикалық маркерлердің функционалдык жіктелуі олардың дискурстық табиғатын терең түсінуге мүмкіндік беретінін дәлелдеді. Нақты дискурс мысалдары бұл маркерлердің тілдік қатынастағы маңызын айқындай түседі.

### ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ДЕРЕКТЕР ТІЗІМІ

- 1 **Bulwer, J.** Or the natural language of the hand and Chironomia: Or the art of manual rhetoric. / J. Balver. – Illinois : Southern Illinois Univ, 1974. – 237 p.
- 2 **Mehrabian, A.** Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes. – Wadsworth : Wadsworth Publishing Company, 1981. – 196 p.
- 3 **Burgoon, J. K., Guerrero L. K., Manusov, V.** Nonverbal Communication [Электрондық ресурс]. – New York : Routledge, 2016.
- 4 **Крейдин, Г.** Невербальная семиотика. Язык тела и естественный язык. – М. : Новое литературное обозрение 2002. – 592 с.
- 5 **Крейдин, Г.** Мужчины и женщины в невербальной коммуникаций. – М., 2005. – 224 с.
- 6 **Лабунская, В. А.** Экспрессия человека: общение и межличностное познание. – Ростов н/Д: Феникс, 1999. – 608 с.
- 7 **Birdwhistell, Ray L.** Topics. Body language. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1970
- 8 **Байтұрсынұлы, А.** Әдебиет танытқыш. – Алматы : Атамұра, 2003. – 206-б.
- 9 **Жұмабаев, М.** Педагогика. – Алматы : Ана тілі, 1992. – 156-б.
- 10 **Момынова, Б. Қ.** Лидерлер имиджін қалыптастырудағы бейвербалды элементтер. – Алматы, 2003. – 167-б.
- 11 **Бейсембаева, С.** Невербальные компоненты коммуникации в казахском языке: автореферат канд. филол. наук: 10.02.02. – Алматы, 2002. – 28 с.

12 **Ешимов, М.** Ым семантикасы: универсалды және ұлттық табиғаты: филол. ғыл. канд.дис. қолжазбасы: 10.02.19. – Алматы, 2004 – 140-б.

13 Большой энциклопедический словарь. – [Электронный ресурс]. – <https://gufo.me/dict/bes>

## REFERENCES

1 **Bulwer, J.** Or the natural language of the hand and Chironomia : Or the art of manual rhetoric. / J. Balver. – Illinois : Southern Illinois Univ, 1974. – 237 p.

2 **Mehrabian, A.** Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes. – Wadsworth : Wadsworth Publishing Company, 1981. – 196 p.

3 **Burgoon, J. K., Guerrero L. K., Manusov, V.** Nonverbal Communication. – New York : Routledge, 2016.

4 **Kreidin, G.** Neverbal'naya semiotika. Yazyk tela i estestvennyj yazyk. [Non-verbal Semiotics. Body Language and Natural Language]. – Moscow : New Literary Review, 2002. – 592 p.

5 **Kreidin, G.** Muzhchiny i zhenshchiny v neverbal'noj kommunikacij [Men and Women in Nonverbal Communication]. – Moscow, 2005. – 224 p.

6 **Labunskaya V. A.** Ekspressiya cheloveka: obshchenie i mezhlichnostnoe poznanie. [Human Expression: Communication and Interpersonal Cognition]. – Rostov-on-Don : Phoenix, 1999. – 608 p.

7 **Birdwhistell, Ray L.** Topics. Body language. – Philadelphia : University of Pennsylvania Press, 1970.

8 **Baitysynuly, A.** Adebiet tanytqyh [Literature guide]. – Almaty : Atamura, 2003. – 206 p.

9 **Zhumabayev, M.** Pedagogika [Pedagogy]. – Almaty : Ana tili, 1992. – 156 p.

10 **Momynova, B. K.** Liderler imijin qalyptastyrudağy beverbaldy elementter [Nonverbal elements in the formation of the image of leaders]. – Almaty, 2003. – 167 p.

11 **Beyssembaeva, S.** Neverbal'nye komponenty kommunikacii v kazahskom yazyke [Non-verbal components of communication in the Kazakh language: abstract of candidate philol. sciences]. 02/10/02. – Almaty, 2002. – 28 p.

12 **Yeshimov, M.** Ым семантикасы: универсалды және ұлттық табиғаты [Gestures semantics: universal and National Nature: philol. science. rand.dis. manuscript] 10.02.19. – Алматы, 2004– 140 p.

13 Bolshoi ensiklopedicheski slovar [The Great Encyclopedic Dictionary] – [Electronic resource]. – <https://gufo.me/dict/bes>

10.12.25 ж. баспаға түсті.

18.01.26 ж. түзетулерімен түсті.

16.02.26 ж. басып шығаруға қабылданды.

Б. М. Кадырова<sup>1</sup>, \*Б. Б. Жумабекова<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Торайгыров университет,

Республика Казахстан, г. Павлодар.

Поступило в редакцию 10.12.25.

Поступило с исправлениями 18.01.26.

Принято в печать 16.02.26.

## **ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ И ФУНКЦИИ ПАРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ МАРКЕРОВ В БИЗНЕС-ДИСКУРСЕ**

*В статье комплексно рассматривается понятие паралингвистических маркеров в рамках дискурсивного направления современной лингвистики. Во вводной части статьи представлен обзор трудов зарубежных и отечественных исследователей в области паралингвистики, а также проанализированы основные научные концепции и направления, связанные с описанием паралингвистических явлений. Основным объектом исследования являются паралингвистические средства невербальной коммуникации, такие как интонация, тембр голоса, темп речи, паузы, мимика и жесты. В статье всесторонне анализируются смыслообразующие и коммуникативные функции указанных маркеров в контексте бизнес дискурса как типа институционального дискурса.*

*В ходе исследования паралингвистические маркеры классифицируются с функциональной точки зрения, и описываются их экспрессивная, прагматическая, регулятивная, стратегическая и культурная функции. На основе материалов реальной деловой коммуникации выявляется роль данных маркеров в повышении эффективности общения, формировании коммуникационной стратегии, воздействии на аудиторию и обеспечении культурной адекватности. Кроме того, в статье научно обосновываются особенности варьирования паралингвистических маркеров в соответствии с национально-культурными характеристиками и спецификой их использования в различных языковых и профессиональных средах. Результаты исследования могут служить основой для выработки практических рекомендаций по эффективному использованию паралингвистических маркеров в бизнес-дискурсе, а также для совершенствования коммуникационной культуры и развития профессионального речевого мастерства.*

*Ключевые слова: паралингвистические маркеры, невербальная коммуникация, бизнес-дискурс, коммуникативные функции, прагматика.*

*B. M. Kadyrova*<sup>1</sup>, \**B. B. Zhumabekova*<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Toraighyrov University,

Republic of Kazakhstan, Pavlodar.

Received 10.12.25.

Received in revised form 18.01.26.

Accepted for publication 16.02.26.

## FUNCTIONAL CLASSIFICATION AND FUNCTIONS OF PARALINGUISTIC MARKERS IN BUSINESS DISCOURSE

*The article provides a comprehensive analysis of the concept of paralinguistic markers within the framework of the discursive approach in modern linguistics. The introductory section offers a review of the works of foreign and domestic scholars in the field of paralinguistics and examines the main theoretical concepts and research trends related to the description of paralinguistic phenomena. The main object of the study is paralinguistic means of nonverbal communication, including intonation, voice quality, speech tempo, pauses, facial expressions, and gestures. The meaning-forming and communicative functions of these markers are analyzed in detail in the context of business discourse as a type of institutional discourse.*

*In the course of the research, paralinguistic markers are functionally classified, and their expressive, pragmatic, regulatory, strategic, and cultural functions are described. Based on authentic business communication materials, the study reveals the role of these markers in enhancing communicative effectiveness, shaping communication strategies, influencing the audience, and ensuring cultural appropriateness. In addition, the article substantiates, with scientific evidence, the variability of paralinguistic markers in accordance with national and cultural characteristics, as well as the specifics of their use in different linguistic and professional environments. The research findings may serve as a basis for developing practical recommendations on the effective use of paralinguistic markers in business discourse and for improving communicative culture and professional speaking skills.*

*Keywords: paralinguistic markers, nonverbal communication, business discourse, communicative functions, pragmatics.*

Теруге 16.02.2026 ж. жіберілді. Басуға 27.03.2026 ж. кол койылды.

Электронды баспа

5,46 МБ RAM

Шартты баспа табағы 40,7. Таралымы 300 дана.

Бағасы келісім бойынша.

Компьютерде беттеген: З. С. Исақова

Корректорлар: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Тапсырыс № 4508

Сдано в набор 16.02.2026 г. Подписано в печать 27.03.2026 г.

Электронное издание

5,46 МБ RAM

Усл. печ. л. 40,7. Тираж 300 экз. Цена договорная.

Компьютерная верстка: З. С. Исақова

Корректоры: А. Р. Омарова, Д. А. Кожас

Заказ № 4508

«Toraighyrov University» баспасынан басылып шығарылған

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

«Toraighyrov University» баспасы

Торайғыров университеті

140008, Павлодар қ., Ломов к., 64, 137 каб.

67-36-69

e-mail: kereku@tou.edu.kz

www.vestnik.tou.edu.kz